ifc
créateur d'avenir

Responsable Communication
Manager en stratégies des communications

Niveau 6
240 ECTS

Titre enregistré au RNCP à niveau 6 code NSF 320n - Certificateur CESACOM - Arrêté du 23 février 2017, publié au Journal Officiel du 3 mars 2017.

BAC + 4 - Major 1

Le titre de «**Manager en stratégies des communications**» s'appuie sur une formation en communication globale qui a pour but de répondre aux tendances actuelles du marché en formant des profils polyvalents ayant la triple compétence : stratégique, créative et commerciale. Ces profils professionnels pourront ainsi intégrer des agences ou des services communication au sein d'organisations.

La 1ère année du cycle (Bachelor Responsable Communication Opérationnelle et Marketing) reprend les fondamentaux en marketing et communication. Elle favorise l'ouverture du futur «**Responsable Communication**» vers une compréhension et une pratique de la communication telle qu'elle s'exerce en réalité sur le terrain.

La seconde année prolonge les acquis de la 1ère année et ouvre sur de nouvelles compétences dans une perspective toujours pragmatique : cas réel de recommandation stratégique, mise en situation d'agences de communication, créations de supports...

Tout au long de ce cursus, l'apprentissage des logiciels professionnels utilisés par les professionnels de la communication sera au programme : **Adobe Illustrator©**, **Photoshop©**, **In Design©**, **Adobe Premiere©** et **After Effect©**.

Règlement d'examen

Année 1 :	Mode	Coef.
Compétition nationale	Oral	2
Etude de cas	Ecrit	2
Pro Evènementiel	Pratique et Oral	2
24h logo	Pratique	2
24h web	Pratique	2
Plan Marchal	Oral	2
TOEIC©	Ecrit	1
Contrôle continu		3

Année 2 : Éléments de validations	Mode	Points
Bloc 1 : Concevoir et encadrer le pilotage	Ecrit/Oral	170
Pack Marketing		
Mémoire		
Contrôle continu		
Bloc 2 : Élaborer et encadrer le déploiement	Ecrit/Oral	140
Groka		
Compétition libre		
Compétition nationale		
Contrôle continu		
Bloc 3 : Coordonner et manager	Ecrit/ Oral	70
Plan marchal ou forum		
Contrôle continu		

L'attribution du Titre est conditionnée par l'obtention cumulative, par l'élève de l'établissement Partenaire d'un score minimum de 190/380 points (10/20) sur les trois compétences que le dispositif d'évaluation suivant prévoit, et :

- d'une moyenne supérieure ou égale à 18 sur 60 points (6/20) à l'épreuve «Pack Marketing».
- d'une moyenne supérieure ou égale à 30 sur 100 points (6/20) à l'épreuve «Mémoire».
- d'une moyenne supérieure ou égale à 49 sur 140 points (7/20) à la compétence 2.

Modalités

Année 1 + Année 2 = 2 ans

- **En Alternance**
  Rythme variable selon les écoles (nous consulter).
- **En Formule DECLIC**
  (80 jours de stages minimum par an).
- **En Formation Continue** (VAE, Fongecif...).

VAE

Ce titre est également accessible par la voie de la VAE. Pour plus d'informations sur le dispositif VAE, consultez le portail gouvernemental de la VAE (www.vae.gouv.fr), ainsi que le site du certificateur de ce titre RNCP (www.cesacom.fr). La première étape de candidature dans la démarche VAE est le livret 1. Son téléchargement est gratuit.

Conditions

Niveau scolaire :
Être titulaire d'un BAC+2 (DUT, BTS, L2) et avoir satisfait à l'étude du dossier et aux épreuves de sélection.
Admission parallèle en 2ème année : être titulaire d'une L3 ou titre RNCP niveau 6 et 180 ECTS de préférence en communication.

8 centres de formation
dans le sud-est

Alès, Avignon, Marseille, Nîmes, Montpellier, Perpignan, Saint-Étienne et Valence

ISO 9001
opave
Version 5

www.ifc.fr

Responsable Communication
Manager en stratégies des communications

● ● ● Programme de la formation sur 2 ans

ANNEE 1

MISE A NIVEAU EN STRATEGIE DE COMMUNICATION
- Le bilan diagnostic
- Les différentes problématiques de l'entreprise
- Le plan de communication et ses différentes étapes

MISE A NIVEAU EN DROIT DE LA COMMUNICATION
- Le dépôt de marque
- Le droit à l'image
- Introduction aux lois
- Mentions légales
- La protection des données

OUTILS COLLABORATIF
- Travaux collaboratifs

STRATÉGIE DE COMMUNICATION
- Stratégie créative
- Les caractéristiques des moyens média et hors média
- Le média planning
- Le calcul des coûts
- L'analyse de marché
- Stratégie marketing
- Analyse de la demande et du besoin

STRATÉGIE DES MARQUES
- La stratégie des marques

STRATÉGIE LANCEMENT DE PRODUIT
- Mise en oeuvre pratique

PRÉPA ÉPREUVE PRO EVENT & COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE
- Besoin client
- La caractérisation de la prestation
- Choix du prestataire
- La conception d'animation
- Plan de communication et plan média
- Logistique de l'événement
- Veille
- Les outils de l'organisation
- Suivi de projet
- Coordination des intervenants
- Les bases de données prestataires
- Prépa épreuve pro event

ATELIER COMMUNICATION ORALE
- Technique d'animation
- Communication interpersonnelle
- Atelier filmé
- Gestion d'espace et gestuelle
- Modalités d'interaction avec le jury

RELATION PRESSE
- La connaissance des médias
- Le communiqué de presse
- Le dossier de presse
- La conférence de presse
- La création d'un fichier presse
- La relation avec les journalistes
- La rédaction de contenus

ANGLAIS
- Préparation TOEIC

STUDIO GRAPHIQUE
- Conception graphique
- Initiation aux outils et aux fonctionnalités des logiciels : Illustrator, Photoshop, InDesign
- La création graphique à partir de logiciel de PAO
- Préparation d'un fichier
- Les formats de fichiers
- Les règles de mise en page
- La méthodologie de réalisation de maquette
- La chaine graphique
- Les éléments visuels
- La charte graphique
- Les différents procédés d'impression et leurs applications
- Les principales règles typographiques
- Les modes colorimétriques
- Les épreuves de contrôles

COMMUNITY MANAGEMENT
- Gestion et animation d'une communauté
- Les outils de dynamisation d'un site
- Le référencement SMO

STUDIO WEB DEVELOPPEMENT
- Initiation HTML
- Initiation aux outils
- La demande et le besoin
- Les éléments constitutifs d'un cahier des charges de sites internet
- La mise en oeuvre
- Les identités visuelles et sonores
- Les animations
- Préparation des éléments constitutifs
- Utilisation de Wordpress

STUDIO WEB MANAGEMENT
- Suivi et analyse
- Protocole et règles de diffusion
- Le référencement SEO

E-COMMERCE
- La création et la gestion d'une boutique e-commerce
- La présentation des solutions
- La présentation de l'interface d'administration
- La réalisation, personnalisation et gestion de la boutique
- Les modes de paiement
- Sauvegarde et sécurité

COMPÉTITION NATIONALE
- L'analyse de la situation de l'entreprise
- La conception d'un projet
- Le pilotage d'un projet
- Le suivi et la mise en place des outils d'analyse
- La présentation d'un projet

ANNEE 2

PACK MARKETING
- Analyse contextuelle (tendance, concurrence, marché, consommateur)
- Comment identifier une opportunité de marché : stratégie d'océan bleu
- Développement du produit (prix, packaging, site internet...)
- Mise en place d'une stratégie de référencement
- Comprendre une cible
- Test produit : réunion de groupe, interviews professionnels
- Brand Content, communication autour du produit créé
- Prévision de vente
- Evolution du produit sur 3 ans

CMI : COMMUNICATION MARKETING INTÉGRÉE
- Les principes généraux
- L'évolution de la communication 360 vers la CMI
- La mise en place de la CMI
- Les pilliers de la CMI
- La méthode pour le choix d'un axe stratégique pertinent en CMI
- Le profil d'un intégrateur
- Le team stratégique
- Les budgets de la stratégie de communication marketing intégrée

BRAND CONTENT
- La définition du Brand Content
- L'objectif du Brand Content
- L'origine du Brand Content
- Les conditions du Brand Content
- Comment assurer la visibilité du Brand Content ?
- Evaluer la pertinence du Brand Content
- Le Brand Content et la publicité
- Le Brand Content : s'inscrire dans la durée
- Le Brand Content dans le Mix Communication
- La création de contenus de marque sur le net
- Les contenus digitaux produits par les marques
- Le cas RedBull
- De la marque commerciale à la marque culturelle
- Les marques sont des concentrés culturels
- Quelques points de la stratégie de contenu on line et off line
- La E-réputation de la marque

MEDIA ET MEDIA PLANNING
- L'élaboration de la stratégie des moyens
- La phase d'analyse du marché et de la problématique marketing de l'annonceur
- Les objectifs - cibles médias - consommation médias - univers de concurrence
- La stratégie des médias
- L'élaboration du média planning
- L'étude de puissance/affinité/économie des supports
- L'achat d'espaces
- L'organisation d'une agence médias
- Les modes de rémunération des agences

DIGITAL - STRATEGIE NUMERIQUE
- L'analyse des profils e-consommateur
- Le décryptage des réseaux sociaux et des campagnes publicitaires
- La méthodologie d'une stratégie réseaux sociaux : de la mise à plat à l'élaboration des actions de communication
- Les outils spécifiques de la gestion du projet digital
- La construction d'un écosystème numérique
- L'adéquation d'une stratégie on-line/off-line

FABRICATION (PACK FAB)
- Analyse des profils e-consommateur
- Cas à traiter en groupe
- Créer un logo
- Créer des supports
- Maquetter
- Faire des demandes de devis
- Proposer l'ensemble des prestataires adaptés au support
- Préparer une présentation orale : maquette, support de présentation, dossier technique, budget, planning,...

MANAGEMENT D'ÉQUIPES
- Les rôles attendus de la part d'un manager
- Son auto-diagnostic sur ses compétences actuelles à le tenir
- Son bilan personnel : forces et axes de progrès
- Les leviers de la performance individuelle
- L'entretien de délégation : savoir déléguer de façon motivante et efficace
- Trouver ensemble des solutions
- Le manque d'enthousiasme, la démotivation : les comprendre et savoir comment agir
- Savoir re-motiver, re-fédérer, ré-enthousiasmer un collaborateur sur une mission

DROIT DE LA COMMUNICATION
Envisager les impératifs juridiques de la communication médias et hors médias

PAO
Relations et interactions entre les logiciels :
- In Design
- Illustrator
- Photoshop

AFTER EFFECT
- Rappel des bases
- Exercices de composing
- Reproduction d'un générique TV

MONTAGE VIDEO
- Ecrire, tourner, monter une vidéo en équipe
- Tournage sur fond vert et montage d'une vidéo avec les différents effets vus en cours
- Remonter une vidéo à partir d'images existantes autour d'une musique
- Retourner une publicité ou un générique en complément - du cours d' After Effects

CMS
- Exercices d'application sur la base de la création d'un site
- Création d'un site Wordpress customizé

SEO/SEA
- Découvrir les enjeux du référencement naturel et payant
- Les mécanismes
- Les principaux outils

EXPRESSION ECRITE
- Maîtrise des règles essentielles d'orthographe, de grammaire et de syntaxe
- Approche créative de l'écriture à visée com'
- Ecriture d'une nouvelle

ANGLAIS
- Compréhension orale et écrite de documents professionnels
- Expression orale et écrite en situation professionnelles

IFC ALÈS 04 66 30 40 92 ales@ifc.fr
IFC AVIGNON 04 90 14 15 90 avignon@ifc.fr
IFC MARSEILLE 04 91 32 19 29 marseille@ifc.fr
IFC MONTPELLIER 04 67 65 50 85 montpellier@ifc.fr
IFC NÎMES 04 66 29 74 26 nimes@ifc.fr
IFC PERPIGNAN 04 68 67 42 89 perpignan@ifc.fr
IFC ST ETIENNE 04 77 92 11 50 stetienne@ifc.fr
IFC VALENCE 04 75 85 36 44 valence@ifc.fr