



**CHARGÉ(E) DE COMMUNICATION  
DIGITALE ET ÉVÈNEMENTIEL**



**BACHELOR**

**BAC+3**



## POURQUOI CHOISIR CETTE FORMATION ?



Cette formation professionnalisante prépare des communicantes polyvalentes, capables d'évoluer en agence ou au sein de services communication. Elle s'appuie sur une approche globale en phase avec les besoins actuels du marché et développe une triple compétence : stratégique, créative et commerciale. Le programme aborde les fondamentaux du marketing et de la communication, tout en plaçant les étudiantes en situation réelle à travers des cas concrets, des projets de recommandation et la création de supports. L'apprentissage des logiciels de PAO fait partie intégrante de la formation, avec une licence Adobe offerte à chaque étudiant.

Ce Bachelor permet de développer des compétences techniques et opérationnelles tout en construisant un profil professionnel complet, prêt à intégrer le secteur de la communication digitale et événementielle.

**Cette formation forme des professionnel·les créatifs, polyvalents et opérationnels, capables d'imaginer et de mettre en œuvre des stratégies de communication innovantes, adaptées aux enjeux actuels du digital et de l'événementiel.**

## LE PROCESSUS D'ADMISSION

- 1 - CANDIDATURE
  - 2 - ÉTUDE & VALIDATION DU DOSSIER
  - 3 - ENTRETIEN D'ADMISSION
  - 4 - ACCOMPAGNEMENT
- DANS VOS RECHERCHES

## NIVEAU 6

Titre enregistré au RNCP n°39741  
Niveau 6 - Code 320 - Enregistré le 31/10/2024 pour une durée de 3 ans.  
Certificateurs : ASSOCIATION SUP DE VINCI

 Plus de 30 ans d'expérience

 Titres certifiés

 Candidature gratuite

 Accompagnement

 Insertion professionnelle

 Proximité

## POURQUOI CHOISIR IFC ?

### MISE À NIVEAU

Vous apprendrez à analyser un brief, définir une cible et des objectifs, construire une stratégie de communication, choisir les canaux adaptés et structurer une recommandation, tout en vous entraînant à la présentation orale et au travail en groupe.

### CONCEPTION-RÉDACTION

- Rédiger des contenus percutants adaptés aux supports et à la cible
- Définir une ligne éditoriale et créer un mini-book rédactionnel

### COMMUNICATION ORALE

- Maîtriser la communication orale et la posture
- Structurer un discours clair et argumenter efficacement en situation pro

### COMMUNITY MANAGEMENT

- Définir une ligne éditoriale, créer et planifier des contenus
- Gérer les interactions et ajuster la stratégie avec des outils adaptés

### CULTURE DE LA CRÉATION

- Explorer des références culturelles et les intégrer dans une création originale et argumentée

### INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

- Utiliser l'IA générative dans un projet créatif et réfléchir à ses enjeux éthiques

### ÉVÉNEMENTIEL

- Concevoir un concept événementiel, structurer une réponse en équipe et présenter une recommandation avec bilan

### ANGLAIS

- Acquérir le vocabulaire pro, rédiger et présenter un projet en anglais

### STRATÉGIE DE COMMUNICATION

- Définir une problématique, des objectifs et une stratégie de communication
- Choisir les canaux adaptés et présenter un plan clair et argumenté

### VEILLE ET STRATÉGIE MARKETING

- Maîtriser la veille en communication pour repérer les tendances et présenter une synthèse stratégique claire

### SAFE & SMART COMMUNICATION

- Adopter une posture éthique face au numérique, aux données, à l'inclusion et à la réputation en ligne

### VIDÉO

- Réaliser et monter une vidéo adaptée à un brief, aux formats et à l'accessibilité, puis la présenter en binôme à un client

### DÉVELOPPEMENT WEB ET INITIATION RÉFÉRENCIEMENT

- Créer une page web accessible et optimisée SEO en HTML/CSS, avec analyse et bonnes pratiques

### PAO

- Utiliser Photoshop, Illustrator et InDesign pour créer des visuels adaptés aux supports print et web, appliquer une charte graphique, préparer des fichiers pros et présenter ses choix en binôme création/stratégie

### BRIEF CRÉATIF

- Rédiger un brief créatif clair à partir d'une stratégie et s'exercer à le formuler efficacement dans un temps imparti

### COMMUNICATION ET CRÉATION ÉCORESPONSABLE

- Identifier l'impact environnemental des supports de communication.
- Découvrir les labels, certifications et bonnes pratiques du secteur.
- Adopter des choix éthiques dans la conception visuelle.
- Construire une campagne intégrant les principes d'écoresponsabilité.

Ils en parlent mieux que nous



# BACHELOR

## BLOCS DE COMPÉTENCES ●●●

	Mode
<b>BLOC 1 MENER UNE VEILLE STRATÉGIQUE CRÉATIVE ET TENDANCIELLE :</b> Veille stratégiques & tendancielle	Oral / Écrit
<b>BLOC 2 DÉFINIR UNE STRATÉGIE ET UN PLAN DE COMMUNICATION :</b> GROKA – Étude de cas stratégique	Écrit
<b>BLOC 2 DÉFINIR UNE STRATÉGIE ET UN PLAN DE COMMUNICATION :</b> Compétition nationale	Oral / Écrit
<b>BLOC 3 PILOTER L'ÉQUIPE PROJET :</b> Brief créatif	Écrit
<b>BLOC 4 RÉALISER DES CONTENUS DE COMMUNICATION :</b> 7 jours de la créa	Écrit
<b>BLOC 5 ÉVALUER LA PERFORMANCE DU PROJET DE COMMUNICATION :</b> Rapport de mission	Écrit
<b>TOUS BLOC : GRAND ORAL</b>	Oral

## LES MODALITÉS

- En Alternance : au rythme de 2 jours de cours par semaine et 3 jours en entreprise.
- En formule DECLIC : stages en entreprise obligatoires.
- En Formation Continue
- VAE, Transition Pro, CPF...(nous consulter)

*L'attribution du titre est conditionnée par l'obtention cumulative, par l'élève de l'établissement des 5 blocs de compétences.  
L'élève peut valider des blocs de compétences isolés sans valider l'intégralité des blocs. Dans ce cas, il ne valide pas le titre certifié.*

## LES DÉBOUCHÉS

- Chargé de communication
- Chef de projet communication
- Consultant communication
- Responsable communication
- Chef de projet événementiel
- Chef de projet digital

## LES CONDITIONS

- Niveau scolaire : Être titulaire d'un BAC+2 (BTS, L2)
- Avoir satisfait à l'étude du dossier et aux épreuves de sélection.

## ET ENSUITE ?

- Entrée dans la vie active
- Poursuite d'études en BAC+5
- Inscription aux concours de la fonction publique cat. A
- Concours d'entrée en écoles de commerce

## 9 CAMPUS

Alès, Avignon, Clermont-Ferrand, Marseille, Nîmes, Montpellier, Perpignan, Saint-Etienne et Valence



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 ÉTIENNE  
04 77 92 11 50  
stetienne@ifc.fr

IFC VALENCE  
04 75 85 36 44  
valence@ifc.fr

WESFORD  
CLERMONT-FERRAND  
04 63 30 11 30  
info@wesford-clermont.fr



Version 1



www.ifc.fr

