

PLAN DE FORMATION

BACHELOR RESPONSABLE DE COMMUNICATION

2025-2027

2^{ème} et 3^{ème} années du cycle de formation en 3 ans

Certification professionnelle de niveau 6 « Responsable de Communication » enregistrée au RNCP sous le numéro 34919 par décision du directeur général de France Compétences en date du 04/03/2021, délivrée par l'AIPF, code NSF 320.

Durée : 980 heures

I. LES OBJECTIFS

Le programme Responsable de Communication permet aux apprenants de :

- Développer leurs facultés d'adaptation face aux mutations quotidiennes
- D'acquérir les capacités d'analyse critique, un esprit d'initiative et une autonomie
- Valoriser leurs expériences professionnelles à travers des missions annuelles en entreprise
- Privilégier leur adaptabilité et leur sens des responsabilités
- D'être acteur de leur propre formation via les projets personnels
- D'être à l'aise avec les évolutions du secteur de la communication
- Piloter les canaux digitaux, la présence sociale de la marque afin de générer une préférence et de l'engagement
- Mesurer la performance et le ROI des actions de communication
- Intégrer l'Expérience Utilisateur pour s'inscrire dans une démarche plus globale, à visée commerciale.

Le projet pédagogique s'articule autour de trois axes fondamentaux :

- La progression des compétences acquises
- L'ouverture sur le monde des entreprises et des organisations
- Des dossiers professionnels conduisant à une insertion professionnelle rapide.

Les objectifs sont la maîtrise des 5 blocs de compétences :

- Bloc 1 : Analyse et conception d'un plan de communication
- Bloc 2 : Mise en œuvre opérationnelle d'un plan de communication
- Bloc 3 : Conception et production des supports de communication
- Bloc 4 : Déploiement d'une communication adaptée à l'expérience utilisateur (Ux)
- Bloc 5 : Animation et pilotage d'un service communication

II. LES MODALITES ET CONDITIONS D'ACCES

Admission ouverte sur concours aux candidats préparant ou ayant validé une première année en communication, marketing, ou secteurs connexes (première année de Licence universitaire, de BUT, de certification professionnelle...).

Épreuves écrites

- Analyse/compréhension de publicité : QCM en ligne, durée 20 min.
- Compréhension de texte, orthographe et grammaire : QCM en ligne, durée 30 min.
- Anglais : QCM en ligne, durée 20 min.

Épreuve orale

- Entretien individuel – Motivation et projets : individuel, durée 30 min
- Atelier collaboratif – Réponse collective à une question sur un thème imposé, durée 30 min.

III. LE CONTENU DE LA FORMATION

ANALYSE ET CONCEPTION D'UN PLAN DE COMMUNICATION

114h00

- Diagnostiquer les forces et les faiblesses internes de l'organisation ou de la marque et les opportunités et menaces du marché afin de formaliser et de contextualiser le mandat d'action opérationnelle.
- Conduire les études et exploiter les données marketing permettant la structuration du plan de communication ainsi que l'identification des stratégies et techniques adaptées en s'inscrivant dans une démarche d'innovation et de veille.
- Concevoir et définir la stratégie de moyens du plan de communication opérationnelle en lien avec la problématique identifiée et son contexte en précisant les différentes étapes de sa mise en œuvre.
- Elaborer le budget d'un plan de communication en prenant en compte la chaîne technique de chaque projet, les coûts et les charges associés.
- Présenter et argumenter techniquement la stratégie de moyens de communication retenu, les messages destinés aux publics cibles, les résultats attendus et le budget global afin de faire valider le plan auprès de sa direction ou de l'annonceur.

MISE EN ŒUVRE OPERATIONNELLE D'UN PLAN DE COMMUNICATION

109h00

- Coordonner la mise en œuvre du plan en mobilisant les ressources et moyens techniques de communication nécessaires à l'atteinte des objectifs fixés.
- Réaliser et coordonner la présence de l'organisation ou de la marque à travers les supports médias et hors-média on et off line.

- Piloter les projets et événements de communication en suivant la conformité des réalisations aux cahiers des charges.
- Détecter, anticiper et intervenir sur les dysfonctionnements et retards dans la mise en œuvre des projets afin de mener à l'aboutissement du plan.

CONCEPTION ET PRODUCTION DES SUPPORTS DE COMMUNICATION

308h00

- Définir les axes créatifs et éditoriaux en fonction des supports et des cibles en garantissant le respect de l'identité de marque et du brief stratégique.
- Concevoir, designer, tester et produire les supports de communication digitaux centrés sur l'Expérience Utilisateur- Ux Communication afin de produire des contenus infographiques, rédactionnels, photographiques et audiovisuels, adaptés aux cibles et aux objectifs de conversion à atteindre.
- Intégrer et mettre en œuvre les spécificités de la Conception-Rédaction Web au regard des objectifs visés.
- Contrôler le processus de production des actions et des supports de communication réalisés en termes de délais et de qualité.

DEPLOIEMENT D'UNE COMMUNICATION ADAPTEE A L'EXPERIENCE UTILISATEUR

105h00

- Assurer une veille spécifique sur les usages et tendances afin de s'adapter en permanence à son marché et saisir de nouvelles opportunités de développement au niveau national et international.
- Définir les plans d'action de communication digitale et social média de l'entreprise en adéquation avec la typologie du parcours client et avec les contextes d'usage (Ux).
- Piloter le déploiement de la communication digitale et sociale média en mettant en œuvre les actions adaptatives nécessaires en lien avec les services marketing et commercial.
- Créer et animer une communauté digitale prenant en compte les spécificités linguistiques et interculturelles de chaque pays ou zone (En anglais et en français).
- Contrôler et mesurer en temps réel les résultats des actions menées afin d'analyser l'évolution, d'ajuster les stratégies de communication et de marketing digitales et d'assurer la sécurité des projets.

ANIMATION ET PILOTAGE D'UN SERVICE COMMUNICATION

100h00

- Gérer une activité de communication, animer une équipe et piloter les différents projets (digital, événementiels, com interne...) en motivant son équipe à développer ses compétences et ses performances.
- Encadrer les équipes-projets événementiels (Événement, salon professionnel ou grand public, opérations hors-média...) de communication interne, corporate, marketing et/ou commerciaux.
- Piloter la relation avec les prestataires externes afin de garantir l'atteinte des objectifs en termes de coûts, de qualité et de délais.

- Piloter et évaluer les résultats de gestion d'un service communication en analysant les indicateurs de performance clés (quantitatifs et qualitatifs) afin d'identifier les axes d'amélioration à mettre en œuvre.

PARCOURS PERSONNALISE

120h00

Un parcours au choix :

- Parcours Création
- Parcours Digital
- Parcours Événementiel

LANGUES

60h00

Anglais (TOEIC)

TRAVAUX PROFESSIONNELS

64h00

Rapport Diagnostic

- Permettre à l'apprenant de progresser dans la maîtrise des principaux concepts de communication et l'acquisition de compétences
- Renforcer les savoir-faire et les savoir-être professionnels

Dossier Analyse de Communication Opérationnelle

- Permettre à l'apprenant de mettre en œuvre ses capacités d'analyse et de réflexion acquises lors de son expérience en entreprise
- Elaborer une problématique de communication vécue en entreprises et préconiser des recommandations stratégiques et opérationnelles pour y répondre.

OPEN'COM

- Conduire une réflexion stratégique sur une problématique de communication formulée par un annonceur
- Être capable de mobiliser ses forces et compétences pour mettre en place en un temps limité des moyens et outils de communication en réponse au problème de communication à résoudre
- Se mettre en situation professionnelle : celle que rencontre une agence lorsqu'elle répond à une compétition
- Découvrir l'importance du management d'équipe
- Appliquer la pédagogie de projet
- Apprendre à gérer son stress

TOTAL

980h00

IV. LES METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES

Moyens pédagogiques

Dans le cadre de cette formation les salariés sont accueillis dans des salles de cours équipées en postes informatiques et vidéoprojecteurs. Ils profitent, en parallèle d'une salle informatique, de photocopieurs et d'imprimantes en libre-service.

Dès leur inscription, les salariés se voient attribuer une adresse mail et un compte informatique pour accéder au réseau de Wifi de l'école et à une plateforme pédagogique collaboration appelée "360 Learning". A partir de cette plateforme, le salarié dispose des éléments suivants : guide de l'apprenant, emplois du temps, actualités et événements de l'école, cours vidéo-enregistrés, supports de cours, d'évaluation et de correction.

Pour décupler l'accès au savoir et rendre le transfert de connaissances davantage interactif et convivial, la pédagogie s'appuie de plus en plus sur la puissance des technologies multimédia en permettant aux salariés d'utiliser différentes bases de données :

- CAIRN.INFO : bibliothèque numérique recensant un grand nombre de recherches scientifiques francophones.
- EUROPRESS : base de presse quotidienne et magazine, française et étrangère (1400 titres de presse).
- XERFI : Institut d'études économiques spécialisé dans l'analyse des stratégies et les prévisions sectorielles.

Méthodes d'enseignement

La majorité des cours s'organise en cours magistraux ou en travaux dirigés suivant les matières : les travaux en petit groupe concernent l'apprentissage des langues, de l'informatique, et les cours d'expression, de communication et de développement personnel.

Certains cours sont complétés par des travaux individuels et/ou d'équipe ou par du blended learning/de l'e-learning. Dans le cadre du blended learning, les heures de cours avec l'intervenant sont intercalées avec les heures d'e-learning à réaliser en autonomie par les salariés, ce qui permet à l'intervenant au cours suivant de faire la classe inversée en échangeant avec les salariés sur ce qu'ils ont retenu de ce qui a été vu en ligne. Dans le cadre de l'e-learning, les salariés sont accompagnés de manière synchrone ou asynchrone, soit par l'intervenant, soit par l'équipe pédagogique.

L'articulation transversale du programme permet de bâtir une progression pédagogique et de coordonner les enseignements, et les missions réalisées en entreprise.

De plus, des séminaires en lien direct avec l'ensemble des dossiers et travaux professionnels faisant l'objet de rapports et soutenances, sont organisés pour permettre aux salariés de mieux appréhender la transversalité des enseignements.

Tout au long du cursus, l'équipe pédagogique définit avec les salariés une « stratégie d'insertion professionnelle » en s'appuyant sur leur motivation et leurs points forts, pour donner une cohérence aux travaux professionnels sur tout le cursus.

V. LES MOYENS D'ENCADREMENT

Une équipe d'intervenant assure la qualité de la formation.

La liste est en annexe de ce document, elle est non exhaustive et sera mise à jour lors de la rentrée.

Un référent de la mobilité nationale et internationale est à la disposition des apprenants afin de les accompagner dans leur mobilité au sein de nos campus et à l'international : Philippe Akueson.

- Pour une mobilité nationale : referentmobilitenationale@competences-developpement.fr
- Pour une mobilité internationale : referentmobiliteinternationale@competences-developpement.fr

Une équipe nationale est chargée de coordonner le travail pédagogique des campus et son harmonisation. Elle est également attachée à la qualité des processus d'enseignement. SUP'DE COM met tout en œuvre pour assurer un programme Bachelor unique, quel que soit le lieu de formation.

VI. LES SUIVIS ET EVALUATIONS

Suivis

Une feuille de présence est éditée à chacun des modules programmés. Ces feuilles de présence sont obligatoirement signées par l'apprenant et l'intervenant.

Pour les travaux professionnels, une fiche de suivi est établie, et un parcours en ligne est mis en place sur certains dossiers.

De plus, une enquête d'évaluation sur les enseignements est soumise en fin de chaque module aux apprenants qui évaluent les critères suivants :

- Le contenu du module est-il conforme au syllabus présenté ?
- Les évaluations du module ont-elles été clairement expliquées ?
- L'équilibre théorie/pratique est-il satisfaisant ?
- Les supports utilisés par le formateur sont-ils utiles à votre apprentissage ?
- Les ressources proposées sont-elles utiles à votre apprentissage ?
- La pédagogie vous paraît-elle adaptée ?
- Le distanciel est-il adapté à la matière enseignée ?
- Le retour d'expérience et les corrections ont-elles été utiles ?

Evaluations

Il est accordé une importance toute particulière au bon fonctionnement des épreuves de contrôle qui constituent pour le corps professoral, un moyen privilégié d'appréciation du travail fourni par les salariés.

L'évaluation du travail des salariés est effectuée par blocs de compétences, de manière individuelle ou collective et selon différents types détaillés dans le référentiel d'activité, de compétences et d'évaluation :

- Les mises en situation professionnelle
- Les examens, études de cas et cas pratiques
- Les dossiers

L'évaluation s'effectue selon des critères spécifiques à chacun des blocs de compétences et modalités complémentaires au Titre.

Un bloc de compétences est acquis lorsque l'ensemble des compétences du bloc sont validées. Les jurys sont la plupart du temps composés de deux personnes, la double correction est impossible. Si une ou plusieurs compétences ne sont pas validées dans le bloc, l'étudiant ne peut pas se voir proposer de rattrapage par le conseil pédagogique. La consultation de la copie ou du dossier ne peut se faire sans la présence du correcteur.

VII. LES CONDITIONS D'OBTENTION DE LA CERTIFICATION PROFESSIONNELLE

Jury de délivrance de la certification professionnelle

La certification professionnelle de niveau 6 « Responsable de Communication » enregistrée au RNCP sous le numéro 34919 par décision du directeur général de France Compétences en date du 04/03/2021, délivrée par l'AIPF, code NSF 320, est attribuée par le jury national de délivrance à tout apprenant ayant validé la totalité des blocs de compétences et le dossier professionnel Audit de Communication Opérationnelle.

Le jury est composé de 5 personnes :

- 2 représentants de l'AIPF (SUP'DE COM) dont la directrice de la marque SUP'DE COM
- 3 professionnels extérieurs à l'école (Responsables et directeurs communication)

L'une des personnalités extérieures peut être un ancien titulaire de la certification.

La composition du jury s'efforce de respecter la parité Hommes/Femmes.

Le jury national de délivrance de la certification professionnelle se réunit deux fois par an et statue sur la liste des étudiants admis, ajournés et non certifiés. Les décisions du jury sont sans appel.

Manuscrit dématérialisé

SUP'DE COM héberge les manuscrits dématérialisés sur une blockchain et utilise la plateforme BC Diploma qui facilite le partage et la diffusion, dont le site est responsable.

Cette application permet :

- La diffusion des diplômes par email.
- Un URL blockchain infalsifiable et valable à vie.
- La possibilité de partager le diplôme auprès de son réseau.

Supplément au certificat

Le supplément au certificat est un document joint au manuscrit de l'enseignement supérieur, qui donne une description standardisée de la nature, du niveau, du contexte, du contenu et du statut des études suivies et réussies par le diplômé. Le supplément au certificat assure la transparence et facilite la reconnaissance académique et professionnelle des qualifications.

Attestation de fin de formation

De plus, conformément à l'article L.6353-1 Compétences Commerce et International peut délivrer sur demande au salarié une attestation de fin de formation mentionnant les objectifs, la nature et la durée de l'action et les résultats de l'évaluation des acquis de la formation, à l'issue de la formation.

VIII. LES MODALITES D'ORGANISATION

Nos campus sont ouverts de 8h00 à 18h00.

Un guide « Bien vivre mon année, le guide de tous les services aux apprenants » est remis chaque année aux apprenants dès leur inscription. Ce guide comporte des informations sur l'accessibilité et l'aménagement du campus.

IX. RECUEIL DES APPRECIATIONS

Dans le cadre de sa démarche qualité, l'école recueille les appréciations des apprenants par module ou à la fin de chaque semestre sous la forme d'un questionnaire de satisfaction en ligne. Il recueille également la satisfaction globale des apprenants en fin de formation.

Les questions portent sur la formation ainsi que sur les conditions de vie et de travail à SUP'DE COM. Les données recueillies sont analysées et permettent d'asseoir une démarche d'amélioration de la qualité des cours dispensés.

ANNEXE

Liste des intervenants (liste non exhaustive)

NOM – Prénom	Qualification
APEDO Ayilo	Mastère « Stratégie et Management de la Communication »
BARRE Emilie	Master 2
BURCELOT Florent	High Defree international trade
CARTON Catherine	Maîtrise Sciences de Gestion
CHARLOT Michael	Master Droit Economie Gestion
CLERGUE Bastien	Doctorat Sciences de Gestion
CLIPPE Laurent	Licence Economie
COHEN-SOLAL Laurence	Maitrise
DENIS Manuel	Licence arts appliqués
DENIS Séverine	Master 2
DEVETTER Julien	MASTER 2
GESCHWINDERMANN Alexane	Mastère SDC
GNASSI Laurence	MASTER MKT MNGT
HAMZE Ali	Certification professionnelle Directeur Artistique Multimédia
HEURTEL Marie	Master 2 Management de la Communication - RSE/Dvpt Durable
HEYDE Sandra	Master MEEF Anglais
LAVALLARD Sandra	Bac +5
LEHANE Ray	Higher Diploma in Education, English/Language Arts
LEIXA Jérémy	MASTER 2
LEROUX Jean-Claude	BAC G2 HDBI agréé certifié
LUCES Séverine	Master 2 DA Design Graphique et Numérique
MALVESIN Manon	Mastère
MIOT Justine	Licence Arts Appliqués
POMART Sabine	DSG
QUIVY Bruno	MAITRICE SCIENCE TECH JOURN
RODRIGUEZ Jonathan	LICENCE
ROUSSIN Geoffrey	3ème cycle en Management de projets Événementiels, M2 en Economie de gestion, spécialité Management du tourisme et des loisirs, parcours communication touristique
SIRE Fanny	Mastère SDC