

DOSSIER DE FAISABILITE

Certification visée :

Responsable Communication (Niveau 6)

Code RNCP correspondant à la certification visée :

RNCP39249

Autorité(s) certificatrice(s) :

ECORIS

Le candidat/la candidate vise :

☐ La certification dans sa totalité

☐ Un ou plusieurs bloc(s) de compétences

Bloc(s) de compétences visé(s) : ☐ BC01 ☐ BC02 ☐ BC03 ☐ BC04 ☐ BC05 ☐ BC06

INFORMATIONS SUR LE CANDIDAT/LA CANDIDATE

Nom d'usage	
Prénoms	
Adresse	
Département de domiciliation	
E-mail	
Niveau de formation le plus élevé	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7
Niveau de la certification obtenue la plus élevée	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7
Intitulés des certifications obtenues	

**SYNTHÈSE DES ACTIVITÉS ET EXPÉRIENCES
EN LIEN AVEC LA CERTIFICATION PROFESSIONNELLE VISÉE**

ORGANISATIONS		EMPLOIS		ACTIVITES (selon référentiel du diplôme)
raison sociale	durée mois	désignation	durée mois	intitulé

SYNTHÈSE DÉCLARATIVE DE LA MISE EN PERSPECTIVE DES EXPÉRIENCES AVEC LE RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS ET DE COMPÉTENCES

A noter qu'il ne s'agit en aucun cas d'une évaluation des compétences du candidat/de la candidate mais d'une estimation sur la base déclarative de ses expériences.

- Écrire « OUI » dans la colonne *Activité* si le candidat/la candidate déclare avoir exercé des activités en lien avec le bloc de compétences, et en explicite les conditions et contextes de réalisation.
- Écrire « NON » dans la colonne *Activité* si le candidat/la candidate déclare ne pas avoir exercé d'activités en lien avec le bloc de compétences, et/ou n'est pas en capacité d'en expliciter les conditions et contextes de réalisation.
- La zone de commentaire vous permet d'apporter toute précision que vous jugerez utile.

INTITULÉS DES BLOCS DE COMPÉTENCES	LISTE DES COMPÉTENCES	ACTIVITE (OUI/NON)
RNCP39249 BC01 – Participer à l'élaboration d'une stratégie de communication responsable et éthique	C1.1 : Réaliser une veille technologique, juridique et d'image en utilisant les outils d'analyse adaptés afin de repérer les enjeux et évolutions économiques, juridiques, réglementaires et environnementales impactant l'activité de l'entreprise.	
	C1.2. Définir le positionnement de la marque de l'entreprise sur le marché, en analysant les prestations et produits des entreprises concurrentes ainsi que l'image de marque de l'entreprise et son niveau de notoriété, afin de positionner la marque de l'entreprise sur le marché.	
	C1.3. Réaliser un diagnostic marketing, à partir d'études marketing afin de proposer une stratégie de communication inclusive et écoresponsable alignée à la stratégie globale de l'entreprise.	
	C1.4. Définir une stratégie de communication, en se basant sur le diagnostic marketing, en analysant le comportement des consommateurs, en prenant en compte la réglementation liée à l'activité et les enjeux RSE afin de définir les motivations d'achat et orienter la stratégie de communication.	
	C1.5. Créer une fiche persona, en récoltant des données démographiques et comportementales en interrogeant le commanditaire pour identifier la cible.	
	C1.6. Définir une stratégie de communication autour de la marque employeur en collaborant avec le service RH ou l'entreprise cliente afin d'attirer et retenir les talents.	
	Commentaires :	

RNCP39249 BC02 – Élaborer la stratégie des canaux de communication	C2.1. Définir le montant alloué à la réalisation du plan de communication, en produisant un état des lieux des dépenses et en tenant compte des ressources financières de l'entreprise pour construire un budget en adéquation avec les objectifs visés.	
	C2.2. Concevoir un plan média à partir de la stratégie marketing et des objectifs de commercialisation de produits et services, en tenant compte du cadre juridique, des enjeux RSE et de l'accessibilité liée à tout type de handicap afin de définir les actions, canaux de communication (print ou digital), leur fréquence et proposer des contenus responsables et éthiques.	
	C2.3. Etablir un cahier des charges à partir du plan média afin de sécuriser la réalisation du projet et la qualité des actions de communication (événement, social media, print).	
	C2.4. Définir une stratégie éditoriale en définissant les objectifs et les thématiques à aborder, en sélectionnant les typologies de contenu afin de garantir une cohésion globale du plan de communication.	
	C2.5. Définir une stratégie d'achat en établissant un cahier des charges précis (économique, qualité, sensibilité au RSE), afin de sélectionner les prestataires et respecter les budgets alloués.	
	C2.6. Conduire une négociation avec des prestataires de service (Graphistes, web designer, imprimeurs, centrales d'achat publicitaire, influenceur etc.) en utilisant les techniques d'achat adaptées, afin d'optimiser le coût des prestations.	
	Commentaires :	

RNCP39249 BC03 – Concevoir, évaluer et optimiser un projet de communication print ou digital sur centré l'expérience utilisateur (UX)	C3.1. Créer des contenus rédactionnels en prenant en compte la typologie de parcours client, le contexte d'usage, le cadre juridique et les enjeux RSE, en s'appuyant sur un cahier des charges défini, en utilisant une stratégie rédactionnelle adaptée afin de proposer des contenus RSE et inclusifs pour développer la visibilité de l'entreprise et animer des campagnes de communication sur les supports print et digitaux.	
	C3.2. Concevoir des supports de communication (print ou digitaux) en utilisant des outils de création graphiques afin de construire une image valorisante, inclusive et RSE conforme au projet d'entreprise.	
	C3.3. Animer une communauté interculturelle autour d'une marque ou d'un produit sur les réseaux sociaux, en veillant au respect de la réglementation, de la diversité culturelle et en tenant compte de tous les publics afin de fidéliser la cible et/ou d'en prospecter de nouvelles.	
	C3.4. Elaborer une campagne de référencement SEO ou SEA en définissant l'objectif, en analysant la position du site sur les moteurs de recherche, en sélectionnant les mots-clefs à acquérir, pour optimiser le référencement du site internet et ainsi générer du trafic et du chiffre d'affaires.	
	C3.5. Définir le cahier des charges fonctionnel du site web, en sélectionnant les outils de gestion de contenus et communication, l'accessibilité du site à tous publics (WCAG) ainsi que l'arborescence s'appuyant sur l'UX design afin de structurer et cadrer les attentes du projet de création ou de refonte du site Internet et proposer une expérience utilisateur optimisée.	
	C3.6. Appliquer les normes légales et éthiques dans la création des contenus de communication (telles que le RGPD, le droit à l'image, la loi Évin, etc.), en s'appuyant sur une veille juridique récente afin de sécuriser la diffusion des contenus sans exposer le commanditaire à des risques.	
	C3.7. Evaluer les actions de communication, en utilisant une stratégie de collecte de données et en produisant un tableau de bord afin d'évaluer l'action de communication en termes de ROI pour apporter des actions d'amélioration et les communiquer aux parties prenantes.	
	C3.8. Optimiser les actions de communication en utilisant des logiciels liés à l'intelligence artificielle afin de créer des contenus visuels, analyser des données ou créer des posts sur les réseaux sociaux pour gagner en efficacité et productivité	
	Commentaires :	

RNCP39249 BC04 – Conduire un projet et/ou manager un service communication	C4.1. Organiser les travaux sur les projets confiés en suivant l'avancée des travaux, en élaborant un plan de mission et les plannings afin de garantir une relation client durable et qualitative.	
	C4.2. Coordonner les actions des différentes parties prenantes (graphiste, webmaster etc), en identifiant leurs attentes et exigences, en planifiant leurs engagements et en assurant leurs suivis afin de fiabiliser le projet et garantir la qualité et le respect des délais au client	
	C4.3. Déterminer les profils recherchés en fonction du savoir être et des compétences recherchées, en collaboration avec le service des ressources humaines afin de sélectionner les candidats et de constituer une équipe diversifiée, multiculturelle incluant les personnes en situation de handicap.	
	C4.4. Mener les entretiens de recrutement, en prenant en compte les enjeux liés à la diversité et au handicap, en respectant les règles de conduite en matière d'entretien de recrutement afin d'écarter toute discrimination (âge, sexe, situation familiale, état de santé), en respectant la politique de recrutement de l'entreprise afin de garantir l'homogénéité et la performance du service.	
	C4.5. Élaborer l'ensemble des documents nécessaires au recrutement et à la gestion du personnel, en s'assurant de leur mise à jour régulière, en veillant à l'affiliation aux organismes sociaux et en transmettant les éléments de paie, afin de remplir les obligations réglementaires de l'entreprise à l'égard de ses salariés et dans le respect de la réglementation en vigueur, de la prise en compte des situations de handicap et des situations particulières	
	C4.6. Contribuer à l'intégration des collaborateurs de son équipe, en collaborant avec la fonction RH de l'entreprise et/ou la direction, en assurant la mise en œuvre d'actions de formation pour son équipe, en analysant les besoins en compétences de celle-ci, afin de garantir son efficacité opérationnelle.	
	C4.7. Animer une équipe en s'adaptant aux modalités de travail de chacun (en présentiel ou en distanciel) en organisant des réunions et des points de coordination, et en définissant des objectifs précis et mesurables, afin d'optimiser la gestion des projets & garantir le respect des objectifs et priorités fixés, tout en prenant les dispositions nécessaires pour permettre l'inclusion des collaborateurs en situation de handicap et en garantissant le bien être des collaborateurs et la performance collective.	
	Commentaires :	

RNCP39249 BC05 – OPTION 1- Conceptualiser, créer et gérer un évènement	CO1.1. Concevoir un brief créatif en recensant toutes les informations nécessaires à la réalisation d'un projet de communication pour assurer la coordination de tous les acteurs concernés, définir les messages clés, et faciliter le travail de l'équipe créative.	
	CO1.2. Analyser l'objectif de l'évènement et ses contraintes administratives et sécuritaires, en respectant la réglementation liée à son organisation, en anticipant et maîtrisant les contraintes, priorités et imprévus liés à un évènement pour garantir son bon déroulement.	
	CO1.3. Produire un plan de communication en adéquation avec l'identité de l'évènement, en sélectionnant les médias adaptés, en veillant à l'empreinte environnementale afin de promouvoir la notoriété et la visibilité de la marque et garantir l'accessibilité à tous les publics	
	CO1.4. Concevoir un évènement en élaborant une planification des tâches, en définissant les critères de sélection des prestataires responsables et éthiques, en prenant en compte les enjeux RSE, en respectant le budget alloué afin de coordonner l'ensemble des parties prenantes, garantir le respect des objectifs fixés et assurer la qualité de la prestation.	
	CO1.5. Mesurer l'efficacité de l'évènement en termes de ROI, à partir des indicateurs clés du tableau de bord, à l'aide de logiciel d'analyse afin de dresser un bilan et proposer des axes d'amélioration aux commanditaires.	
	Commentaires :	

RNCP39249 BC06 – OPTION 2- Créer des contenus vidéos pour le web et les réseaux sociaux	CO2.1. Elaborer un brief vidéo en recensant toutes les informations nécessaires à la réalisation d'un projet, en définissant l'objectif, la cible, la typologie et le support de la vidéo afin de cadrer le projet de création.	
	CO2.2. Rédiger un script en identifiant le discours de chaque intervenant, en s'adaptant au type de canal choisi (réseaux sociaux, web) et au message à communiquer afin de déterminer les ressources nécessaires au projet.	
	CO2.3. Concevoir un storyboard en produisant des prises d'images et de sons et en centralisant les contenus multimédias existants (photo, vidéo, graphique etc.) afin d'avoir un contenu suffisant pour le montage du projet vidéo.	
	CO2.4. Monter le projet vidéo, en utilisant les contenus multimédias préalablement sélectionnés, en utilisant un logiciel ou une application de montage afin de délivrer le message attendu et répondre aux attentes du commanditaire.	
	CO2.5. Assurer la diffusion de la vidéo, en identifiant les bonnes pratiques de publications liées au média choisi (LinkedIn, Instagram etc), et les contraintes techniques associées afin d'exporter la vidéo adaptée.	
	CO2.6. Mesurer l'efficacité du contenu vidéo en termes de ROI, à partir des indicateurs clés du tableau de bord, à l'aide de logiciel d'analyse afin de dresser un bilan et proposer des axes d'amélioration aux commanditaires.	
	Commentaires :	

PARCOURS PRÉVISIONNEL DU CANDIDAT/DE LA CANDIDATE

PRESCRIPTION ACCOMPAGNEMENT MÉTHODOLOGIQUE	
Accompagnement individuel (nombre d'heures prescrites)	
Accompagnement collectif (nombre d'heures prescrites)	

PRESCRIPTION ACTE FORMATIF	
Organisme de formation	
Intitulé de la formation	
Nombre d'heures	

PRÉCONISATION IMMERSION PROFESSIONNELLE	
Type d'immersion (PMSMP, AFEST...)	
Nombre d'heures	

Autre(s) action(s) à l'initiative du candidat/de la candidate (enquête professionnelle, "stage" au sein de son entreprise, documentation, suivi de MOOC...) :

**AVIS DE L'ARCHITECTE ACCOMPAGNATEUR DE PARCOURS
SUR LA FAISABILITE DE LA DEMANDE DE VALIDATION DES ACQUIS DE L'EXPERIENCE**

☐ Favorable

☐ Non-favorable

Commentaires/préconisations (éléments d'argumentation, réorientation éventuelle...) :

Date	
Prénom et nom	
Signature de l'AAP	

ENGAGEMENT DU CANDIDAT/ DE LA CANDIDATE À SUIVRE CE PARCOURS

Je soussigné·e (<i>prénom/nom</i>)	
---	--

atteste m'engager à suivre le parcours co-construit désigné ci-dessus.

Je donne mon accord (cochez les cases pour donner votre accord) :

- ☐ Pour la transmission du résultat de recevabilité à mon architecte accompagnateur de parcours.
- ☐ Pour la transmission des résultats du jury VAE à mon architecte accompagnateur de parcours.

Date	
Signature du candidat/de la candidate	

Documents obligatoires à joindre au dossier :

- Cv détaillé
- Tous documents en lien avec le titre visé (Bulletins de salaire, kbis, contrat de travail...)
- Photocopie recto-verso de la carte d'identité nationale, du passeport ou du titre de séjour

Vous avez finalisé le dossier de faisabilité ? Pour pouvoir le retrouver complété, pensez à l'enregistrer sous le format PDF sur le disque dur de votre ordinateur.