

## Définir un projet de communication interne ou externe

Eligible CPF

Bac+3

100% en ligne



**Durée estimée\*:**

100h

4 mois



**Tarif pour les particuliers :**

1 990 € TTC



**Lieu :**

100% en ligne



**Démarrage :**

A tout moment de l'année



**Certification :**

Bloc de compétences  
Niveau 6  
(Bac+3)

En partenariat académique avec **Narratiiv.**

**Maîtrisez toutes les clés pour élaborer une stratégie marketing et communication !**

Plongez au cœur des stratégies digitales afin d'analyser et piloter les plans de communication les plus efficaces au service de marques et d'entreprises.

Grâce à ce bloc de compétences et ses enseignements professionnels vous serez immédiatement opérationnel(le).

**Vous serez capable de :**

- Réaliser une veille sectorielle, technologique, concurrentielle et des tendances en matière de communication responsable
- Analyser les besoins de communication d'un commanditaire interne ou externe
- Conduire des enquêtes auprès des publics internes et externes
- Participer à la réalisation d'un audit de la communication éditoriale

**Vous obtiendrez à l'issue de la formation : ?**

✓ **Attestation reconnaissant l'acquisition d'un bloc de compétences**

Bloc de compétences "Définir un projet de communication interne ou externe" du Titre RNCP "Chargé de communication" de ESG-CV niveau 6 enregistré au RNCP sous le numéro RNCP37766 par décision de France Compétences du 19-07-2023

✓ **Attestation de fin de formation** &

**Narratiiv.**

(?) : Sous réserve de réussite aux épreuves finales.

**Inclus dans votre formation :**

- **Cours écrits et vidéos à la demande**
- **Accès illimité à plus de 10 000 classes virtuelles<sup>(2)</sup> en direct et replay**
- **Accompagnement et suivi pédagogique**
- **Projets professionnels**
- **Coaching carrière**
- **Accès illimité à votre formation pendant 3 ans (contenus et mises à jour)**
- **Frais de dossier et d'inscription<sup>(1)</sup>**
- **Garantie Diplômé ou Remboursé<sup>(3)</sup>**

<sup>(1)</sup> Hors Diplômes d'État et préparation aux concours.

<sup>(2)</sup> Nombre moyen de classes virtuelles en direct observées sur les 12 derniers mois (organisées majoritairement à partir de 18h)

<sup>(3)</sup> Voir les **CGV Studi**

\*La durée en heures et en mois est une durée moyenne estimée pour la réalisation de la formation. La durée de réalisation effective peut être, selon chaque apprenant, inférieure ou supérieure à la durée estimée, sans incidence sur le tarif de la formation. La durée indiquée est donnée à titre indicatif et n'est pas contractuelle. Elle sera précisée lors de votre entretien avec votre conseiller en formation.

\*\* Voir les CGV Studi

# Programme détaillé

## Les fondamentaux de la communication

### Comprendre et s'adapter — Analyse critique des cibles : leurs cultures, leurs représentations

- La connaissance des cibles
- La représentation des cibles
- La culture des cibles
- La culture dominante des cibles
- La culture communautaire
- Les cultures populaires
- Le ciblage
- Les cibles récentes
- Application : Analyse critique des cibles

### Explorer et se définir - Analyse critique des annonceurs : images et réputations face aux enjeux sociétaux

- L'annonceur
- L'image de l'annonceur
- La gestion de la relation annonceur
- La culture d'entreprise
- La culture des institutions
- La culture des associations
- Application : Analyse critique des annonceurs

### Observer et analyser - Analyse critique des messages publicitaires et de leurs supports

- Une introduction à la stratégie de contenu
- La rhétorique de l'image
- Les techniques de production visuelle
- L'identité visuelle
- La rhétorique du message audiovisuel
- Les supports audiovisuels
- Les acteurs de la production audiovisuelle
- Les techniques de production audiovisuelle
- Les enjeux de la révolution digitale
- La stratégie digitale
- Les contours du E-business

### Concevoir et produire - Production du message publicitaire

- La rédaction et le Web
- Les éléments de linguistique
- Les stratégies pour convaincre
- La création du message écrit
- La création du message audiovisuel
- La création d'un message internet
- Application : Analyse et production du message

## Réaliser une veille sectorielle, technologique, concurrentielle et des tendances en matière de communication responsable

Les enjeux de la communication digitale

La veille et la communication

La veille technologique : sources, référents, outils et bonnes pratiques

La veille concurrentielle et sectorielle

Les autres types de veille

Les fake news

Les limites de la veille

La mise en place d'un un système de veille

Les outils de veille

La veille concurrentielle et sectorielle

Les matrices de veille

Les spécificités des veilles environnementales et de tendances émergentes

Application : Diffuser le résultat de la veille

## Analyser les besoins de communication d'un commanditaire interne ou externe

L'analyse des besoins en communication

Le brief annonceur

La notion de marché

La prise en compte du marché

---

L'identité, valeurs et missions

---

La stratégie de communication : Les cibles

---

Le contexte de communication et ses enjeux

---

L'éco système de communication de la marque

---

Le benchmark concurrentiel

---

L'analyse de l'environnement interne : Etude documentaire

---

L'analyse de l'environnement interne : Traitement de l'information

---

L'analyse de l'environnement externe : Etude documentaire

---

L'analyse de l'environnement externe : Traitement de l'information

---

Le recueil des besoins en communication

---

La problématique de communication

---

Le projet de communication

---

Le périmètre du projet de communication

---

**Conduire des enquêtes auprès des publics internes (salariés) et externes (clients, fournisseurs, ou grand public)**

---

Les études quantitatives

---

Les études qualitatives

---

La réalisation d'une enquête

---

**Les méthodes d'échantillonnage**

La complémentarité études qualitatives / études quantitatives

---

Les études à l'épreuve du numérique

---

L'étude du comportement du consommateur

---

Le RGPD

---

Application - Piloter des études pour mieux cibler les besoins

---

**Participer à la réalisation d'un audit de la communication éditoriale en soutien auprès de la direction**

---

La communication dans la stratégie globale de l'entreprise

---

L'audit de communication éditoriale

---

La communication corporate

---

L'articulation de l'écosystème digital

---

Les orientations stratégiques

---

Les formats de diffusion

---

L'user generated content

---

L'audit de la réputation

---

Le budget de la communication éditoriale

---

Le tableau de bord des Kpis

---

L'analyse comparative avec le benchmark éditorial

---

La synthèse de l'audit éditorial

Modalités

### Financement :

Salarié, demandeur d'emploi, étudiant, indépendant, quel que soit votre statut, il existe en France de nombreuses solutions pour financer jusqu'à 100% vos projets de formation. Selon votre situation, vous pouvez être éligible à un ou plusieurs dispositifs.

Contactez un conseiller en formation pour tester votre éligibilité et obtenir un financement jusqu'à 100%.

### Conditions d'admission :

Pour entrer en formation, le candidat doit :

- Avoir validé un diplôme ou un Titre certifié de niveau 5 (Bac+2)

**OU**

- Avoir validé 120 crédits ECTS, et justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur visé de minimum de 24 mois

**OU**

- Avoir validé un diplôme ou un Titre certifié de niveau 4, d'un bac et justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur visé de minimum de 36 mois

Pour toute autre situation, contactez un conseiller en formation qui étudiera votre admissibilité.

### Examen :

**Mois d'examen :** Juin, Décembre

**Lieu :** En ligne

Pour obtenir le le certificat professionnel, le candidat sera évalué selon les modalités suivantes :

- Avoir validé (réussi) les épreuves d'examen du bloc de compétences : Mise en situation professionnelle en 4 parties sur une entreprise réelle ou fictive portant sur les compétences du bloc

### Certification :

Certification : Bloc de compétences "Définir un projet de communication interne ou externe" du Titre RNCP "Chargé de communication" de ESG-CV niveau 6 enregistré au RNCP sous le numéro RNCP37766 par décision de France Compétences du 19-07-2023

Certificateur : ESG Ecoles de commerce

**[Consultez la fiche RNCP sur le site de France Compétences](#)**

# Déroulement et accompagnement des formations

## Déroulement de la formation

- ▼ **Inscription** et démarrage tout l'année
- ▼ **Possibilité de se connecter de façon illimitée** et à tout moment dans le cadre du complément de la formation et au-delà des heures de formations prévues,
- ▼ **Planning individualisé** en fonction des contraintes de l'apprenant et selon la fin de formation contractuelle (tel que vu avec le conseiller pédagogique et affiché sur la plateforme de formation dans la rubrique planning).
- ▼ Pendant toute la durée de la formation, l'apprenant réalisera **différentes activités d'apprentissage** FOAD portées par la plateforme de formation en ligne et par les applications mobiles mises à disposition par STUDI. Il sera en relation permanente avec l'équipe pédagogique de STUDI et aura accès progressivement à l'intégralité des ressources de cours et aux évaluations.
- ▼ **Accompagnement** à la recherche de stage.

## Accompagnement personnel et individualisé, avec :

- ▼ **Un accès illimité** à la plateforme de formation digitale et sur applications mobiles, à l'ensemble des ressources et prestations d'accompagnement, est offert à l'apprenant pendant la durée de sa formation.
- ▼ **Un accompagnement individuel** régulier de la part de l'équipe de l'Education Team : avec l'accompagnement méthodologique et motivationnel par les conseillers pédagogiques de la Student Success et suivi de l'assiduité par les assistants de formation de la Training assistance.
- ▼ **Des formateurs, enseignants et professionnels** choisis en fonction de leur expertise, de leurs diplômes et de leur expérience professionnelle apportent un accompagnement sous 24h ouvrées maximum, avec réponse aux forums des cours, messageries privées, animation de live pédagogiques et corrections personnalisées de devoirs.
- ▼ **La première communauté française** d'apprentissage en ligne pour une collaboration et progression entre pairs.
- ▼ **Des applications web et mobiles IOS/Android.**
- ▼ **Un accompagnement personnalisé** vers l'emploi par le Career Center.

**Une assistance technique est assurée par le Service informatique pour assister l'Apprenant dans l'usage des outils et de ses fonctionnalités.**

## Accessibilité handicap

Pour tout besoin spécifique en termes d'adaptation des canaux d'apprentissage au type de trouble ou de handicap, d'aménagement des évaluations et des examens, ou encore de renforcement des appels de coaching, etc, une équipe de correspondants-référents handicap est à la disposition de l'apprenant via [handicap@studi.fr](mailto:handicap@studi.fr)