

AR

AUGUSTIN RUINARD Académie

Chef de Projets Marketing et Communication

Objectifs et Contexte de la Certification

Le poste de chef de projets marketing et communication implique l'analyse de marché, la construction de recommandations client, l'élaboration de plans d'action marketing et communication, ainsi que le pilotage opérationnel des projets.

Les titulaires de cette certification peuvent évoluer vers des postes de management intermédiaire et supérieur, avec des spécialisations variées comme le marketing stratégique, le marketing digital, et la communication multicanale.

Compétences Attestées

- Analyser un marché et ses enjeux :
 - Analyser les caractéristiques du marché pour établir un diagnostic.
 - Examiner la problématique marketing et les opportunités du marché.
 - Organiser le recueil d'informations complémentaires.
 - Effectuer une veille du marché.
- Élaborer une recommandation marketing - communication :
 - Analyser les forces et faiblesses du client et de la concurrence.
 - Proposer des solutions marketing en phase avec la stratégie du client.
 - Évaluer les moyens budgétaires et humains nécessaires.
- Élaborer un plan d'action marketing - communication :
 - Contribuer à l'élaboration du mix marketing.
 - Concevoir les étapes de déploiement et le planning des actions.
 - Négocier les coûts avec les prestataires et rédiger les briefs opérationnels.
- Piloter un projet marketing - communication :
 - Répartir les activités et moyens entre les acteurs du projet.
 - Superviser la communication autour du projet.
 - Déployer les actions en intégrant les stratégies de référencement.
 - Suivre et contrôler l'état d'avancement du projet.

- Animer des réunions de suivi et proposer des actions correctives.

Blocs de Compétences

- ARA-BC01 : Analyser un marché et ses enjeux
 - Analyser les caractéristiques et les opportunités du marché.
 - Effectuer une veille du marché pour anticiper les tendances.
- ARA-BC02 : Élaborer une recommandation marketing - communication
 - Analyser les forces et faiblesses du client et de la concurrence.
 - Proposer des solutions marketing adaptées à la stratégie du client.
- ARA-BC03 : Élaborer un plan d'action marketing - communication
 - Concevoir les étapes de déploiement des actions marketing.
 - Négocier les coûts et rédiger les briefs opérationnels.
- ARA-BC04 : Piloter un projet marketing - communication
 - Répartir les activités entre les acteurs du projet.
 - Superviser et déployer les actions marketing.
 - Suivre l'état d'avancement et animer des réunions de suivi.

Types d'Emplois Accessibles

- Chef de produit, chef de produit digital
- Assistant chef de produit
- Responsable marketing stratégique/opérationnel/interactif
- Responsable communication
- Chargé d'études marketing, chargé de communication
- Chef de projet digital, chef de projet marketing multicanal
- Community manager

Secteurs d'Activité

- Entreprises de toutes tailles et tous secteurs (banques, assurance, immobilier, audit, services divers, distribution, industrie)
- Agences de communication, publicité, relations publiques



Programme de la formation

Première Année

- Enseignements Généraux :
 - Communication Professionnelle : Techniques de communication écrite et orale.
 - Environnement Juridique et Économique : Notions de base en droit et économie.
 - Informatique et Bureautique : Utilisation des logiciels métiers.
- Enseignements Professionnels :
 - Techniques de Secrétariat Marketing : Gestion administrative des dossiers marketing.
 - Hygiène et Sécurité : Protocoles d'hygiène et de gestion du risque.

Deuxième Année

- Enseignements Généraux :
 - Éthique et Déontologie : Principes d'éthique et de déontologie en milieu marketing.
 - Gestion des Relations Interpersonnelles : Techniques de communication.
- Enseignements Professionnels :
 - Assistance au Chef de Projet : Techniques d'assistance marketing.
 - Gestion des Stocks et Matériels : Suivi et gestion des stocks.
 - Stage en Entreprise : Application pratique en milieu professionnel.

Rythme de la formation

En Formation Initiale

La formation se déroule sur une durée d'environ 1 200 à 1 400 heures, principalement en cours théoriques et pratiques. Un stage obligatoire de 12 à 16 semaines est inclus.

Un parcours personnalisé peut être envisagé, entraînant des ajustements du volume horaire total.

En Alternance

La formation en alternance comprend environ 1 200 à 1 400 heures de formation, réparties entre le centre de formation et l'entreprise. La répartition des heures se fait généralement comme suit :

- **50%** au sein du centre de formation.
- **50%** en entreprise.

Tarifs de la formation

En Alternance

Le coût de la formation est généralement pris en charge par l'OPCO de l'entreprise dans le cadre d'un contrat d'apprentissage, sans frais pour l'étudiant. Dans le cadre d'un contrat de professionnalisation, un léger reste à charge peut exister pour l'entreprise d'accueil.

Coût de la formation en alternance : ____ €/an

En Initiale

Retrouvez les tarifs de nos formations et les modalités de financement sur la page tarifs.

Coût de la formation en initiale : ____ €/an

Moyens et Outils pédagogiques

Pour le Chef de Projets Marketing et Communication, une gamme variée de moyens et d'outils pédagogiques est mise à disposition pour garantir un apprentissage optimal :

- *Cours Magistraux et Séminaires* : Enseignements théoriques dispensés par des professeurs et experts.
- *Travaux Dirigés (TD) et Travaux Pratiques (TP)* : Sessions interactives pour appliquer les concepts théoriques.
- *Projets Tutorés* : Réalisation de projets pratiques encadrés par des tuteurs pour développer les compétences spécifiques.
- *Stages en Entreprise* : Expériences professionnelles pour mettre en pratique les compétences acquises.
- *Bibliothèques et Centres de Ressources Documentaires* : Accès à des livres, revues, et ressources numériques.
- *Laboratoires et Équipements Technologiques* : Utilisation d'équipements de pointe pour les travaux pratiques et les recherches.

Ces moyens et outils pédagogiques offrent un environnement d'apprentissage complet et stimulant, favorisant le développement des compétences professionnelles et l'insertion rapide des étudiants sur le marché du travail.



augustinruinardacademie.com



+33 (0) 1 60 79 08 37



contact@augustinruinardgroupe.com



64 Allée des Champs Elysées, 91080 Evry

Siret : RCS 949 493 183

TVA : FR65949493183

Certifications Qualiopi :
L. 6313-1-1 & L. 6313-1-2

NDA : 11756715375

APE : 8559B