

PROGRAMME DE FORMATION : BACHELOR STRATEGIE DE COMMUNICATION DIGITALE ET EVENEMENTIEL OPTION COMMUNITY MANAGEMENT

Prépare au titre Chargé(e) de Communication Plurimédia, titre certifié de niveau 6, codes NSF 320n et 320p, enregistré au RNCP 34589 le 24/04/2020, délivré par [FORMATIVES](#).

PRÉSENTATION

PRE-REQUIS :

- Titulaire d'un BTS.
- Equivalent de niveau 5.
- Titulaire d'un titre ou diplôme classé dans le répertoire national des certifications professionnelles au niveau 5 par la Commission nationale de la certification professionnelle, ou d'un diplôme reconnu conjointement par la France et un Etat partenaire.

OBJECTIFS DE LA FORMATION :

Le/la chargé(e) de communication a pour mission principale de promouvoir l'image de l'annonceur par le biais de campagnes publicitaires diffusées en interne et en externe.

Cette certification répond aux besoins des entreprises qui doivent s'adapter aux changements liés à la révolution numérique ayant bouleversé le monde des médias avec notamment un passage d'une communication descendante (de l'annonceur qui demandait à un média d'acheminer son message vers le public) à un flux d'informations continu de toutes provenances (journalistes, mais aussi consommateurs, blogueurs, citoyens, personnages politiques...).

PARTICIPANTS A LA FORMATION :

- Jeunes entre 16 et 30 ans ;
- Demandeurs d'emploi ;
- Personnes en situation handicap.

METHODES MOBILISEES :

- Nombre de participants : Minimum 8 - maximum 12.
- Cours collectifs en face à face : Par module de formation, études de cas, utilisation de supports de cours théoriques, utilisation d'ordinateur et de vidéoprojecteur, utilisation de PowerPoint, études de cas spécifiques, interventions de professionnels, réalisation d'évaluation.

UNE EQUIPE DE FORMATEURS EXPERIMENTES :

- Un formateur en management ;
- Un formateur en communication ;
- Une formatrice en gestion ;
- Une formatrice en anglais.
- Une formatrice en droit ;
- Une formatrice en marketing ;
- Un formateur en digital ;

DUREE & LIEU DE LA FORMATION :

- 495 heures de cours réparties sur 12 mois.
- Centre de formation TREMPIN 84 – 813 Chemin du Périgord 84130 LE PONTET.

MODALITES D'ACCES A LA FORMATION :

- Etude des candidatures et du CV candidat, présentation collective, tests, entretien(s) individuel(s).
- Etude des candidatures tout au long de l'année.

COÛT DE LA FORMATION :

- Formation prise en charge par l'OPCO.

DISPOSITIF DE SUIVI DE L'ACTION :

- Feuilles de présences signées par heure de cours.
- Remise en main propre ou envoi par courrier du livret compétences.

REMUNERATION :

- Variable en fonction de l'âge, du diplôme initial du salarié et de la durée du contrat. (<https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F2918>)

MODE D'EVALUATION POUR L'EXAMEN :

- Contrôle continu pendant la formation.
- Dossier de rapport d'activités.
- Dossier de projet.
- Examens nationaux organisés par [Formatives](#) en centre de formation.

DEBOUCHES ET PERSPECTIVES D'AVENIR :

- Tout diplôme de niveau 7 (Bac+4)
- Chargé(e) de communication événementielle
- Community manager
- Attaché(e) de presse
- Chef(fe) de projet digital
- Media planner
- Trafic manager (<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34589/>)

BLOC DE COMPETENCES, EQUIVALENCE, PASSERELLE :

- **Les blocs de compétences sont :**
 - 1. Contribuer à la stratégie de communication plurimédia
 - 2. Concevoir un plan de communication plurimédia
 - 3. Piloter des actions de communication plurimédia
- **En cas de réussite à l'examen :** obtention du Bachelor Stratégie de Communication Digitale et Événementiel (Titre certifié de niveau 6).
- **En cas d'échec à l'examen :** possibilité de conserver les notes supérieures ou égales à 10 dans un délai de 5 ans. Remise d'une attestation d'heures effectuées, par le centre de formation.

MODE D'EVALUATION EN COURS DE FORMATION :

- **En entrée en formation :** Test d'entrée ;
- **En cours de formation :** Contrôle continu pendant la formation ;
- **En fin de formation :** Examens nationaux organisés par [Formatives](#) en centre de formation et grand oral.

NOMBRE D'HEURES PAR UNITE D'ENSEIGNEMENT :

 Le nombre d'heures peut être amené à varier suivant le planning de chaque session de formation

Matières

UE1 : Gestion d'entreprise et de projet	71,25h
UE2 : Marketing	63,75h
UE3 : Management et ressources humaines	22,5h
UE4 : Outils et supports de communication	97,5h
UE5 : Stratégies de communication	90h
UE6 : Techniques de communication 360 option Community Manager	67,5h
UE7 : Valorisation des compétences professionnelles	82,5h
	495h

CONTACT

Nous contacter :

Mail (information) : contact@tremplin84.fr

Mail (inscription) : inscription@tremplin84.fr

Mail (Référénte handicap) : noemietruc.tremplin84@gmail.com

👉 Ce Bachelor se prépare en **contrat d'apprentissage**

👉 En cas de **demande d'individualisation** de parcours de formation, merci de contacter l'accueil du centre de formation (par téléphone, par mail ou par courrier).

👉 En cas de **handicap** ou de **troubles d'apprentissage** contacter la référente handicap. (Mme Noémie TRUC, par téléphone, par mail ou par courrier)

Programme Bachelor Stratégie de Communication Digitale et Événementiel

<i>CC : contrôle continu pendant la formation</i>
<i>RA : dossier rapport d'activités à rendre en fin d'année</i>
<i>DP : Dossier Projet à rendre en fin d'année</i>
<i>EN : Examens nationaux sur 2 journées (9 questions en situation de travail dans le Dossier professionnel)</i>
<i>Oral de fin d'année (présentation des activités, du projet et validation des blocs de compétences)</i>

SAVOIRS ASSOCIES ET COMPETENCES	MODALITÉ D'ÉVALUATION
UE 1 : GESTION D'ENTREPRISE ET DE PROJET	
<i>Comptabilité - Contrôle de gestion</i>	<i>CC Ecrit 4 h : Bilan d'actions de communication</i>
<i>Gestion de projet : évaluation et présentation</i>	<i>DP : Compte-rendu Évaluation et présentation d'un projet</i>
<i>Planning stratégique</i>	<i>EN : Recommandation Planning stratégique</i>
<i>Négociation</i>	<i>RA : Compte-rendu Achats d'espaces publicitaires</i>
<i>Approche des techniques commerciales Commercial et sponsoring</i>	<i>EN : Recommandation Sponsoring en GB</i>
<i>Gestion de projet : Préparation et planification</i>	<i>DP : Préparation et planification du projet</i>
UE 2 : MARKETING	
<i>Acteurs, Études de marchés</i>	<i>EN : Synthèse Veille concurrentielle et publicitaire</i>
<i>Veille stratégique, Techniques de veille et de recherche (benchmark)</i>	<i>DP : Compte-rendu Normes et Qualité</i>
<i>RGPD, Normes, Qualité, RSO</i>	
<i>Marketing et innovations</i>	<i>EN : Synthèse Veille technologique</i>
<i>Management de l'information et des connaissances</i>	<i>EN : Synthèse Plan de communication plurimédia</i>
<i>Mix Marketing appliqué, Marketing digital</i>	
UE 3 : MANAGEMENT ET RESSOURCES HUMAINES	
<i>Conduite du changement</i>	<i>EN : Recommandation Management</i>
<i>Communication interpersonnelle</i>	
<i>Conduite de réunion</i>	
<i>Fondamentaux de la GRH</i>	<i>CC Ecrit 2 h : Management équipe</i>
<i>Management d'une équipe</i>	
UE 4 : OUTILS ET SUPPORTS DE COMMUNICATION	
<i>Publicité et événements</i>	<i>DP : Compte-rendu Plan d'actions promotionnelles</i>
<i>Relations médias RP</i>	<i>RA : Compte-rendu Dossier de presse</i>
<i>Copie Stratégie</i>	<i>RA : Compte-rendu Actions de communication</i>
<i>Création graphique : PAO, Suite Adobe, Audiovisuel</i>	<i>DP : Compte-rendu Produits de communication visuels et audiovisuels</i>
<i>Techniques de capture et de traitement d'images</i>	
<i>Brand Content</i>	<i>RA : Compte-rendu Brand Content en collaboration avec Anglais professionnel</i>
<i>Anglais professionnel</i>	<i>CC : Anglais (oral individuel 10 min)</i>
<i>Analyse comportementale du consommateur</i>	<i>RA : Compte-rendu Études qualitatives et quantitatives</i>
UE 5 : STRATÉGIES DE COMMUNICATION	
<i>Stratégie de communication (1)</i>	<i>CC Ecrit 4 h : Stratégies de communication 360</i>
<i>E-réputation, Communication de crise</i>	<i>EN : Recommandation Gestion de crise et notoriété</i>
<i>Communication d'entreprise</i>	<i>EN : Recommandation Communication Corporate</i>
<i>Management interculturel</i>	
<i>Droit des contrats</i>	
<i>Propriété intellectuelle</i>	
<i>Gestion de marques, de brevets</i>	<i>CC Ecrit 4 h : Droit de la communication</i>
<i>Droit à l'image, Droit d'auteur et copyright</i>	
<i>Plan de communication</i>	<i>EN : Synthèse Plan de communication plurimédia</i>
<i>Culture média, culture pub, Culture graphique, moodboard</i>	
<i>Stratégie de communication (2)</i>	<i>DP : Compte-rendu Plateforme de marque et politique éditoriale</i>
<i>Stratégie de communication (3)</i>	<i>EN : Synthèse Image de marque et crise institutionnelle</i>
UE 6 : TECHNIQUES DE COMMUNICATION 360	
<i>Analyse de données</i>	<i>CC Mise en situation : Analyse de données communication virale</i>
<i>Bases du référencement web</i>	
<i>Plan Média</i>	
<i>Communication événementielle</i>	<i>CC : Challenge Communication on line</i>
<i>Web rédaction</i>	
<i>Community Management</i>	<i>CC + attestation</i>

SAVOIRS ASSOCIES ET COMPETENCES	MODALITÉ D'ÉVALUATION
UE 7 : VALORISATION DES COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES	
<i>Projet</i>	<i>Entretien (grand oral final)</i>
<i>Atelier insertion professionnelle</i>	
<i>Séminaires culture métier</i>	
<i>Rédaction du Rapport d'activités, du dossier Projet et du Livret d'employabilité</i>	
<i>Training grand oral</i>	
EXAMEN FINAL = DOSSIER PROFESSIONNEL SUR 2 JOURS	