



Mise à jour : 28.06.2022

Master Communication des Entreprises et des Institutions

NIVEAU DE CERTIFICATION VII

FAMILLE

Marketing, Communication, Vente

CODE NSF

320 Spécialités plurivalentes de la communication et de l'information

NIVEAU FRANÇAIS I

CODE-ROME

E1103 : Communication E1402 : Élaboration de plan média

Présentation

L'objectif de la certification est de former le futur titulaire afin de lui permettre de :

- avoir une vision globale de l'organisation
- comprendre les enjeux socio économiques
- savoir diagnostiquer une situation et son contexte
- savoir diagnostiquer le positionnement de l'organisation et de ses produits
- savoir élaborer un plan d'actions
- savoir rédiger des argumentaires, des dossiers et des communiqués destinés aux journalistes
- savoir élaborer et respecter une charte graphique (logos, supports de présentation institutionnels...)
- maîtriser les techniques de communication sur les différents canaux (médias, presse, affichage, web...)
- être capable de nouer des relations et des partenariats de haut niveau en interne comme en externe
- manifester une aptitude au management et à la conduite de projets
- être capable d'animer des réseaux professionnels dans le domaine des médias
- être capable d'animer des équipes
- connaître les réseaux sociaux
- connaître les outils d'enquêtes
- connaître les techniques de lobbying

Les compétences

Le titulaire de la certification est capable notamment de :

- suivre les politiques de l'organisation (sociales, commerciales, financières, etc.)



- conseiller la direction
- définir et mettre en oeuvre la politique de communication de l'organisation
- élaborer et mettre en oeuvre le plan de communication sous ses différents aspects :
communication interne, externe

relations publiques, relations presses, corporate, web...

- identifier les parties prenantes
- concevoir les messages
- choisir les canaux de diffusion
- élaborer la stratégie la stratégie de relations publiques
- élaborer la stratégie de communication numérique
- élaborer la stratégie événementielle
- produire des contenus on line et off line (écrits, visuels, audiovisuels, multimédias...)
- superviser la création et la production de supports de communication destinés aux différents

publics internes et externes (brochures, affiches, insertions...)

- concevoir la ligne éditoriale d'un site web et/ou d'un intranet
- veiller à la cohérence de l'image de l'organisation sur l'ensemble des déclinaisons de la communication

(supports print et web, événements...)

- veiller à l'e
- reputation de l'organisation

Voie d'accès

- ✓ Formation Initiale
- ✓ Apprentissage
- ✓ Formation continue
- ✓ VAE

Organismes certificateur

- Ynov

Métiers cibles

MARKETING, COMMUNICATION, VENTE

- Chargé(e) de communication