

CHARGÉ DE COMMUNICATION 360°

Le Chargé de communication 360° est le lien entre la marque et les internautes. Il mixe communication, marketing, créativité et technique pour diffuser une image positive de la structure pour laquelle il travaille à travers la toile.

LA FORMATION

Cette formation se déroule sur une période de 10 mois.

Elle est organisée en alternance et est accessible par le biais d'un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation.

Les épreuves de certification portent sur les 5 unités d'enseignement.



PROCHAINE SESSION

20 Septembre 2021 - 31 Juillet 2022
10 mois

Epreuves d'admissibilité :
Mai - Juin - Juillet 2021

Nous contacter

MODALITÉS

La formation au Chargé de communication est accessible en apprentissage et en formation continue.

L'enseignement théorique de 588 heures est réparti en 5 unités d'enseignements :

- Stratégies de communication et de projet d'entreprise
- Marketing
- Outils et support de communication
- Techniques de communication 360°
- Valorisation des compétences professionnelles

La formation pratique est répartie entre :

- 980 heures en situation professionnelle chez l'employeur

FINANCEMENT

L'étudiant(e) est rémunéré(e) par l'employeur, il signe :

- un contrat d'apprentissage
- un contrat de professionnalisation

Le salarié en emploi peut mobiliser son CPF ou la formation peut être financée par l'employeur (PRO-A,...)

PRÉ-REQUIS ET ADMISSION

Maîtrise de la langue française.

Le dossier de candidature pour l'inscription aux épreuves d'admission est à remplir directement sur le site internet d'Aflokkat :

<https://share.hsforms.com/1hOUwCLISgmOClo8zWyExg54i4o>

Les épreuves sont organisées comme suit :

- Une épreuve écrite d'admissibilité
- Un entretien oral d'admission

CERTIFICATION

Chargé de communication plurimédia, Titre certifié de niveau 6, codes NSF 320n et 320p, enregistré au RNCP le 24/04/2020, délivré par FORMATIVES.

Des évaluations et contrôles continus complètent les épreuves de certifications finales.

LES CHIFFRES CLÉS DE LA FORMATION

588 heures

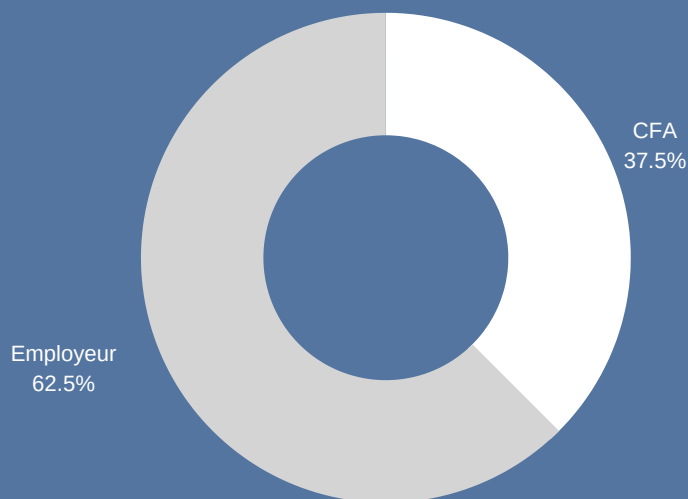
de formation en CFA

980 heures

de formation pratique chez l'employeur

5 unités d'enseignement

- Stratégies de communication et de projet d'entreprise
- Marketing
- Outils et support de communication
- Techniques de communication 360°
- Valorisation des compétences professionnelles



PROGRAMME

OBJECTIFS

- Élaborer une stratégie de communication.
- Suivre et évaluer la performance d'une stratégie de communication digitale.
- Mesurer, développer et valoriser la présence numérique d'un territoire, d'une entreprise ou d'un projet.
- Favoriser la cohésion d'une communauté numérique.
- Assurer une veille technique et concurrentielle.
- Réaliser des outils et supports de communication ou de promotion.

CONTENU

Stratégies de communication et de projet d'entreprise (231 heures)

Élaborer une stratégie de communication :

- Fondamentaux du marketing
- Culture média, culture pub, culture graphique
- Recherches et veille
- Stratégie des médias communautaires
- Analyse de la place du digital dans les stratégies de communication
- Audit d'une stratégie de communication existante et pistes d'amélioration

Stratégie d'entreprise :

- Communication corporate.

Projet d'école :

- Clarifier les attentes, les objectifs et les critères de réussite
- Organiser le déroulement du projet et en faire le suivi
- Concevoir un rétroplanning et un budget prévisionnel
- Approche des techniques commerciales
- Commercial et sponsoring

Communication interpersonnelle :

- Fondamentaux de la conduite de réunion
- Fondamentaux de la gestion d'équipe
- Identifier et gérer les situations conflictuelles

Marketing (56 heures)

Webmarketing :

- Culture générale Web
- Stratégie Web marketing
- Mesure d'audience – Suivi statistique (Google Analytics)
- Publicité (Google ads, Facebook ads,...)
- E-mail marketing
- Marketing Mobile
- Référencement naturel et optimisé

Droit de la communication :

-
- Droit des contrats
 - Propriété intellectuelle
 - Marques, brevets
 - Droit à l'image, droit d'auteurs, copyright
 - RGPD, normes qualité

Outils et support de communication (126 heures)

La communication sur les réseaux sociaux :

- Les grands principes
- Les différentes plateformes
- Les principales stratégies
- Les causes majeures d'échec
- Planifier ses publications et concevoir un calendrier éditorial
- Les outils d'automatisation

Copy Strategy :

- Comprendre sa cible et ses codes
- Apprendre à s'adresser à son audience
- Se familiariser avec les media locaux
- Rédiger pour le web

Travail de l'image :

- Technique de prise de vue
- Montage vidéo
- Travail de l'image
- S'approprier et/ou concevoir une charte graphique
- Concevoir un visuel
- Typographie
- Webdesign

Anglais professionnel

Techniques de communication 360° (91 heures)

Plan média

Analyse de données ROI :

- Comment se fixer des objectifs (qualitatifs et quantitatifs)
- Comment mesurer l'impact des actions mises en place
- Comment adapter sa stratégie et ses objectifs en fonction des résultats
- Réaliser un bilan de fin de projet

Communication événementielle

Référencement web

Valorisation des compétences professionnelles (84 heures)

- Aide à l'insertion professionnelle
- Séminaires culture métier
- Rédaction des livrables
- Training grand oral