

BAC +3

EN ALTERNANCE

RPMC

RESPONSABLE DE PROJET
MARKETING & COMMUNICATION



2 JOURS UFA
3 JOURS ENTREPRISE
DURÉE DE LA FORMATION
484 HEURES

GESTION
DE PROJET
STRATÉGIE
D'ENTREPRISE
RÉFÉRENCEMENT

Titre

BAC + 3 RESPONSABLE PROJET
MARKETING ET COMMUNICATION

Titre de niveau 6 reconnu par l'État, enregistré par décision du directeur général de France Compétences en date du 27/10/2025, sous l'autorité Sciences U Lille, fiche de formation RNCP 41430

Profil

Être titulaire d'une certification de niveau 4 ou 5

Avoir validé une 2e année dans l'enseignement supérieur du commerce ou du marketing

QUALITÉS ATTENDUES

- ✓ Créativité et flexibilité
- ✓ Bonne communication et esprit synthétique
- ✓ Force de proposition et sens de l'organisation
- ✓ Esprit d'analyse
- ✓ Sensibilité digitale





Pôles d'activité

- Veille, analyse et stratégie marketing responsable
- Conception et recommandation stratégique
- Planification et pilotage de projet
- Mise en œuvre opérationnelle marketing et communication
- Management collaboratif et inclusive
- Suivi, évaluation et amélioration continue

Missions principales

- Mise en place une veille proactive et éthique du marché pour anticiper les tendances
- Définition et ajustement du positionnement de la marque à partir d'un audit et d'un benchmark
- Traduction du brief du commanditaire en orientation stratégique claire
- Réalisation d'un dossier technique complet et inclusif
- Proposition, développement et suivi d'un budget prévisionnel responsable
- Structuration et attribution des responsabilités de manière inclusive, en valorisant les compétences
- Conception d'un plan de campagne multicanal et inclusif
- Développement et diffusion des contenus audiovisuels accessibles
- Élaboration des campagnes commerciales alignées à la stratégie marketing
- Mesure de l'efficacité des actions commerciales et ajustement des stratégies en continu

6 blocs de compétences professionnelles

CONTRIBUER À LA DÉFINITION DES ORIENTATIONS STRATÉGIQUES DU PROJET MARKETING COMMUNICATION RESPONSABLE

- Mettre en place une veille sectorielle automatisée et éthique
- Réaliser un audit et un benchmark concurrentiel
- Analyser le brief du commanditaire
- Réaliser une étude de marché inclusive et fondée sur les données
- Élaborer et présenter la recommandation stratégique

ÉLABORER ET DÉPLOYER UN PLAN MARKETING OPÉRATIONNEL

- Construire le plan d'actions opérationnel
- Élaborer le budget prévisionnel responsable
- Préparer l'évaluation de la performance
- Concevoir le dossier technique inclusif
- Argumenter et présenter la proposition finale

CONDUIRE UN PROJET MARKETING ET COMMUNICATION RESPONSABLE

- Répartir les rôles et responsabilités de manière inclusive
- Coordonner et structurer les actions du projet
- Développer les compétences et encourager l'inclusion
- Animer et mobiliser le collectif de travail
- Assurer le suivi budgétaire et l'optimisation des ressources

SECTEURS D'ACTIVITÉ

- COMMUNICATION
- MARKETING
- ÉVÈNEMENTIEL
- RELATIONS PRESSE / RELATIONS PUBLIQUES
- WEB / DIGITAL
- STRATÉGIE COMMERCIAL /
- SUPERVISION DES VENTES

DÉPLOYER DES ACTIONS MARKETING OPÉRATIONNELLES

- Élaborer le plan de campagne marketing multicanale et inclusive
- Concevoir les productions marketing responsables
- Mettre en œuvre, mesurer et analyser la performance de la campagne
- Mettre en place une démarche d'amélioration continue

DÉPLOYER DES ACTIONS DE COMMUNICATION AUDIOVISUELLES OPÉRATIONNELLES

- Concevoir et produire des supports audiovisuels responsables
- Garantir la cohérence et l'accessibilité du message
- Diffuser les actions de communication sur les bons canaux
- Collecter et analyser les retours du public et des parties prenantes
- Évaluer l'impact global et proposer des axes d'amélioration

DÉPLOYER DES ACTIONS COMMERCIALES OPÉRATIONNELLES

- Concevoir des campagnes commerciales alignées à la stratégie marketing
- Élaborer une politique tarifaire responsable et compétitive
- Participer activement aux actions commerciales terrain et digitales
- Suivre et analyser la performance commerciale
- Ajuster et optimiser les stratégies commerciales

INTÉGRATION PROFESSIONNELLE

- RESPONSABLE MARKETING
- CHEF DE PROJET MARKETING
- CHARGÉ DE PROJET MARKETING
- CONSULTANT MARKETING
- RESPONSABLE COMMUNICATION
- CHEF DE PROJET COMMUNICATION
- CHARGÉ DE COMM. DIGITALE / AUDIOVISUELLE
- SOCIAL MEDIA / COMMUNITY MANAGER
- RESPONSABLE (COMMUNICATION) COMMERCIAL (TECHNICO) COMMERCIAL
- BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER
- KEY ACCOUNT MANAGER

LES
+

FORMATEURS
PROFESSIONNELS
ET EXPÉRIMENTÉS

ÉTUDES DE CAS RÉELS
EN MODE GESTION DE PROJET

INTERVENANTS EXTERNE
S ET VISITE ENTREPRISE



ACCÉSIBILITÉ



INTERNAT