

Responsable de Communication est une formation à Bac + 3 en alternance sur 1 an, qui conduit à la **certification professionnelle délivrée par France Compétences, de niveau 6 [EU/FR] - Code diplôme 26X32050 - RNCP 36650.**

Voie d'accès pour accéder à cette formation : être titulaire d'un Bac+2 ou 120 ECTS, communication, sciences politiques, cursus scientifiques option multimédia et technologies de l'information.

La formation **Responsable de Communication – Communication Globale** forme des professionnels de capable de définir et mettre en œuvre la stratégie de communication interne et/ou externe de l'entreprise. Le responsable de communication est en charge de la promotion de l'image de marque de l'entreprise, de ses produits et de ses réalisations auprès de ses différents publics.

Le programme permet d'apprendre à optimiser l'image de marque de l'entreprise auprès de ses parties prenante (entreprises, start up, institutions publiques ou privées, collectivités territoriales, associations, collaborateurs, clients etc.). Les messages élaborés et diffusés peuvent promouvoir l'image de l'entreprise (communication corporate, RSE) ou les produits et services qu'elle commercialise (communication commerciale).

Tous les outils de la **communication à 360°** sont abordés :

- campagnes de publicité off et/ou online
- inaugurations ou présentations de nouveaux produits à la presse (événementiel)
- relations presse et relations médias
- community management
- gestion de sites Internet et de réseaux sociaux
- communication interne

Les compétences développées dans cette formation sont :

- Organiser la veille de l'environnement de l'entreprise et des tendances sociétales et socio-économiques qui peuvent impacter la marque
- Identifier les enjeux RSE pertinents pour la marque
- Élaborer un plan de communication
- Élaborer un brief de communication (annonceur) ou prendre un brief (agence)
- Élaborer une recommandation de plan de communication OFFline et/ou Online
- Mettre en œuvre le plan OFFline et/ou Online dans le respect des budgets et plannings prévus
- Sélectionner et gérer la collaboration avec des prestataires externes
- Suivre les performances d'un plan ou d'une action de communication et apporter les éventuelles corrections nécessaires.

Les métiers visés par cette formation sont :

- Responsable de communication en entreprise - Responsable de la communication - Consultant / Consultante en communication - Conseiller / Conseillère en communication - Chargé / Chargée de communication
- Responsable des relations internes Responsable des relations extérieures - Chargé / Chargée des relations extérieures - Responsable de communication externe - Chargé / Chargée de communication externe - Responsable de communication interne - Chargé / Chargée de communication interne

- Responsable des relations publiques digitales - Responsable des médias sociaux - Chargé / Chargée de communication on line - Chargé / Chargée de communication web - Social media manager - Webmaster chargé / chargée de communication
- Responsable des relations presse - Responsable du service de presse... - Chargé / Chargée des relations presse - Chargé / Chargée des relations publiques -

Le principe : le temps partagé école - entreprise

- > 2 jours à l'ISCOM/10 jours en entreprise
- > Modules de formation sectoriels (workshops) d'une semaine tout au long de l'année

Les objectifs pédagogiques de l'alternance

Au sein de leur entreprise d'accueil, les étudiants participent et contribuent :

- > aux stratégies de marketing et/ou de communication
- > à la mise en œuvre des actions de communication et de marque

Le programme **Responsable de Communication – Communication Globale** se répartit entre :

Total	Cours	Modules de formation sectoriels	Partiels & Soutenance
436 heures	301 heures	119 heures	16 heures

Les cours : 2 jours à l'école toutes les 2 semaines. Le lien est maintenu entre l'école, les étudiants et leurs groupes de travail tout au long de l'année grâce à l'intranet de l'ISCOM.

Les modules de formation sectoriels permettent d'aborder la thématique de la formation à travers un secteur d'activité particulier.

Les partiels et la synthèse professionnelle : évaluations et réflexions sur les compétences développées / L'étudiant doit répondre à une problématique d'entreprise, validée par son tuteur. Ce travail de réflexion individuel donne lieu à une soutenance devant un Jury.

Coût de la formation

8 500 euros pour une formation de 436 heures.

Approches pédagogiques des contenus

Les cours alternent :

- les apports méthodologiques, théoriques, les savoir-faire professionnels et les études de cas.
- les travaux individuels et les travaux de groupe.

Quelques exemples :

- Etudes de cas /cas réels, analyse des pratiques consultants/agences et annonceurs, présentation de leurs approches stratégiques, présentation par des binômes agence/annonceur
- Recherches documentaires et benchmarking
- Préparation par les étudiants des interventions d'experts

La formation intègre des rencontres régulières avec les entreprises : invitations aux soutenances de séminaires, réunions d'informations, etc.

DÉTAIL DU PROGRAMME (NON CONTRACTUEL)

Le programme de la formation **Responsable de Communication – Communication Globale** s'articule autour de grands domaines de compétences :

- Rentrée
- Développement personnel
- Développement professionnel
- Insertion professionnelle

1/ Rentrée : 11h

- > Cérémonie de rentrée
- > Team Building
- > Conférence Qualiopi
- > Communication de rentrée

2/ Développement personnel : 62h

- > UC 311 - Expression
 - Anglais de la communication et culture internationale
- > UC 312 - Culture générale
 - Tendances et sociétés
- > UC 313 - Soft skills
 - Compétences personnelles et sociales
 - Veille créative

3/ Développement professionnel : 203h

- > UC 321 - Environnement professionnel
 - Veille sur les enjeux politiques, technologiques et sociétaux de l'entreprise
- > UC 322 - Connaissances théoriques
 - Fondamentaux de la publicité et des médias
 - Veille des tendances
 - Fondamentaux du Marketing digital
 - Droit du digital (RGPD, données personnelles...)
- > UC 323 - Compétences stratégiques
 - Recommandation du plan de communication opérationnelle
 - Du marketing à la stratégie de communication
- > UC 324 - Applications métiers
 - Relations presse, influence et brand content
 - Social listening, community management
 - Web marketing, référencement
 - PAO, motion design
 - Bureautique avancée
 - Management de projets de communication
 - Communication interne
 - Brief, consultation, budgétisation
- > UC 325 - Initiatives personnalisées
 - Parcours de talents créatifs
 - Cité des entrepreneurs

4/ Insertion professionnelle : 160 h

- > UC 331 - Mises en situations professionnelles
 - Clip viral challenge national
 - Jeu marketing national
 - Jeu de conception d'un plan de communication à 360° ONline et OFFline
- > UC 332 - Expérience en entreprise
 - Alternance
- > UC 333 - Projet professionnel
 - Développer son réseau professionnel
 - Électifs sectoriels x 2
 - Grand forum de la communication
 - Pitch synthèse professionnelle + soutenance (1h)
 - Partiels en janvier : 7h / évaluation des domaines étudiés entre septembre 2025 et décembre 2025
 - Partiels en juin : 14h / évaluation des domaines étudiés entre janvier 2026 et juin 2026

MODULES DE FORMATION SECTORIELS

Principe

Les modules de formation sectoriels durent une semaine et se composent :

- > d'une partie « expertise » avec des interventions de professionnels.
- > d'une partie « Travaux dirigés », autour d'un cas pratique d'entreprise.

Préparation

Les modules de formation sectoriels sont présentés aux étudiants en amont de la session par un expert référent. Des travaux préparatoires peuvent être demandés, le sujet des travaux dirigés peut être fourni à l'avance.

Le déroulement du module de formation sectoriel

A- Introduction avec l'expert ou les experts référents, présentation de l'étude de cas, interventions d'experts

B- Travaux dirigés

Le sujet aura pu être présenté en amont aux étudiants.

Des tutorats d'expert sont organisés.

Ces travaux dirigés peuvent se traduire par :

- > Le briefing d'une consultation — les étudiants devant préparer une recommandation écrite (présentée à l'oral)
- > Un briefing de problématique annonceur devant déboucher sur le texte d'un appel d'offres, une recommandation de conduite du changement...
- > Des travaux de recherche ou d'études...
- > Les travaux des étudiants seront présentés par oral le vendredi devant un jury composé d'intervenants et de professionnels