

# SP4 COMMUNICATION RSE DE LA MARQUE

TITRE RNCP : MANAGER DE LA COMMUNICATION DE MARQUE

## SP5

PROGRAMME EN 24 MOIS CERTIFIÉ PAR L'ÉTAT NIV. 7  
910 HEURES | 120 CRÉDITS ECTS | EFFECTIF GROUPE : 15 MIN - 39 MAX  
CODE RNCP 37775 | CODE DIPLÔME 16X32037  
TAUX D'INSERTION PROFESSIONNELLE - 84%\* | TAUX DE DIPLOMATION - 96%  
ACCESSIBLE AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP 

ALTERNANCE EN 24 MOIS  
SP4 INITIAL 9 800 €  
ADMISSION PARALLÈLE SP5 ALTERNANCE 10 800 €  
ADMISSION PARALLÈLE SP5 EN INITIAL 10 300 €

**BORDEAUX**

21 100 €  
9 800 €  
10 800 €  
10 300 €

**PARIS**

21 450 €  
9 950 €  
10 950 €  
10 450 €

La Responsabilité Sociétale des Entreprises (ou RSE) est au cœur de la création de valeur des marques. Les enjeux sociaux liés au développement durable deviennent aujourd'hui la nouvelle clé de voûte de la stratégie de communication et de marketing des marques. Dans un contexte de défiance, voire de méfiance, les marques en mutation s'engagent vers la quête de sens et des comportements plus vertueux et transparents. Ce programme permet d'acquérir de solides bases en communication et en marketing tout en y ajoutant des compétences approfondies et spécifiques en communication engagée et marketing responsable, en passant par une formation théorique mais aussi par l'enseignement de compétences techniques autour des procédés d'implantation d'une démarche RSE au sein d'une entreprise.

## — OBJECTIFS, COMPÉTENCES & APTITUDES

### > Analyser et comprendre le contexte et les spécificités du marché de l'annonceur

Savoir anticiper les évolutions et identifier les comportements sociétaux et les attentes en termes de responsabilité, ainsi que les tendances afin d'adapter la stratégie de communication responsable. Apprendre à mettre en place une veille active afin de déployer et d'optimiser en continu la stratégie marketing engagé de l'annonceur.

### > Définir et piloter une stratégie de marque RSE

Être en mesure d'accompagner la marque dans une démarche de marketing responsable. Les étudiant-e-s apprennent à élaborer et piloter la stratégie marketing de la marque défendre une stratégie de positionnement RSE pertinente auprès des différentes parties prenantes de l'entreprise et notamment de sa direction générale.

### > Concevoir et mettre en œuvre la stratégie de communication de la marque en appliquant les grands principes de la RSE

Être capable d'élaborer et de piloter la stratégie de communication RSE au service de la marque à travers les leviers offline et digitaux afin d'acquérir et fidéliser l'audience de la marque, en proposant de nouvelles promesses, des actions innovantes et/ou en favorisant la prise d'engagements réels et structurants.

### > Savoir piloter et manager la performance des actions marketing et/ou de communication de la marque

Acquérir la posture et les savoir-être nécessaires à l'animation et au management des équipes dans la mise en œuvre opérationnelle des actions marketing et communication RSE de la marque. Savoir définir, évaluer et présenter les critères d'évaluation pertinents (mesure de l'empreinte carbone, obtention de labels qualité, etc.) de la stratégie de communication engagée, en lien avec les valeurs de la marque.

### > Conduire la stratégie de communication publicitaire et ses différentes campagnes

Apprendre à manager une direction ou un service et animer des équipes. Être en mesure d'optimiser la visibilité d'une stratégie RSE en veillant à sa cohérence et pertinence en tenant compte de la stratégie envisagée. Connaître et appliquer les fondamentaux de la copy strategy et du récit de la marque en lien avec la stratégie RSE. Maîtriser le planning de diffusion, veiller à la pertinence des médias et supports avec pour objectif de servir la stratégie de communication RSE de la marque.

## EN SAVOIR PLUS

### Rentrée en Septembre

Rythme : 1 semaine de cours / 3 semaines en entreprise pendant 24 mois à partir de septembre.

### Pré-requis

Justifier d'un Bac+3 validé (180 ECTS) ou, pour une admission parallèle, d'un Bac+4 (240 ECTS), d'une certification de niveau 6 ou équivalent, prioritairement dans les domaines de la communication, de la publicité, du marketing et de satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement (ou équivalent s'il s'agit d'un-e candidat-e étranger).

### Notre valeur ajoutée

#### Accompagnement professionnel

Le service des relations entreprises aide les étudiant-es à trouver leur alternance ou leur stage (alterné). Il-Elles bénéficient aussi d'un accompagnement personnalisé avec des coachings CV et lettres de motivation.

#### Immersion

Le programme est axé sur la mise en situation immersive et sur les formats innovants qui rythment chaque année de M1/M2 (Conférences, visites, bootcamp, hackathon, masterclass).

#### Des intervenant-e-s de qualité

Les cours sont tous animés par des professionnel-les du secteur de la communication, du marketing ou de la création. La pédagogie permet la mise en application des connaissances.

### Blocs de compétences de la certification

**Bloc 1** - Réaliser un diagnostic de la marque et sa communication

**Bloc 2** - Définir la marque et sa stratégie de communication

**Bloc 3** - Mettre en oeuvre la stratégie de communication de marque

**Bloc 4** - Mesurer et optimiser la performance de la stratégie de communication de marque

**Bloc 5** - Piloter la communication rse de l'entreprise

## — ENSEIGNEMENTS PRINCIPAUX

### Enseignements de Première Année (SP4)

455H - 60 ECTS

- Croissance et post-croissance
- Démarrer la RSE dans une organisation
- La responsabilité sociale des entreprises
- Mutation sociétale et environnementale en France et dans le monde
- Responsabilité sociale des marques
- Changement de comportement et facteur humain
- Entreprise à mission et raison d'être
- Finance responsable
- Politique égalité et diversité
- Bilan carbone, éco-conception numérique et tech for good
- Conduire un diagnostic RSE
- Politique égalité et diversité
- Porter et déployer la stratégie RSE
- Principes de la communication et de l'influence responsables
- Responsabilité des médias et contenus digitaux

### Enseignements de Deuxième Année (SP5)

455H - 60 ECTS

- L'éco-communication
- L'entreprise face à la société collaborative et ses codes
- Média et développement durable
- RSE, développement durable et communication responsable
- Associations, ONG et communication responsable
- La communication interne responsable

## — PLUS PÉDAGOGIQUES ET ÉVALUATIONS

L'obtention du diplôme se fait par l'obtention de 120 ECTS par différentes modalités d'évaluation (étude de cas, mise en situation, questionnaire...). Un temps en entreprise est également requis.

### Compétitions

Il s'agit d'une mise en situation professionnelle. Pendant deux semaines, nos apprenant-e-s travaillent sur un brief client réel présenté par l'agence et/ou l'annonceur pour répondre à une problématique stratégique, marketing ou créative. Ce travail transversal est réalisé collectivement avec une répartition des attendus en fonction des compétences, sous forme de proposition d'agence.

### Grand oral

Épreuve phare de fin d'année devant un jury de professionnel-le-s, les étudiant-e-s argumentent à l'oral sur un sujet de veille et tendances dans les domaines de la communication et du marketing et défendent leur point de vue.

### Le projet professionnel : Créer sa start-up

Les apprenant-e-s constituent des groupes de projet mixtes entre les différentes spécialités afin de mener à bien ce fil rouge. Vous aurez un an pour acquérir les connaissances entrepreneuriales nécessaires afin de créer votre propre start-up fictive. Ceux ou celles qui le désireront, auront la possibilité d'intégrer l'incubateur Omnes Education pour être accompagné afin de déployer réellement leur concept.

## — MÉTIERS ET PERSPECTIVES DE CARRIÈRE

(Salaire indicatif à l'embauche : 26 - 32k€)

- Responsable de la communication RSE
- Responsable de la marque RSE
- Directeur-riche communication RSE
- Chargé-e de communication responsable
- Chef-fe de projet communication éthique
- Chargé-e de mission RSE