



**MINISTÈRE
DU TRAVAIL,
DE L'EMPLOI
ET DE L'INSERTION**

Contrat d'apprentissage
(art. L6211-1 et suivants du code du travail)



(Lire ATTENTIVEMENT la notice Cerfa avant de remplir ce document)

N° 10103*10

Mode contractuel de l'apprentissage 1

L'EMPLOYEUR	X employeur privé	employeur « public »*
Nom et prénom ou dénomination : SARL ATMOSPHERE		
N°SIRET de l'établissement d'exécution du contrat : 50830835000018		
Type d'employeur : 12		
Employeur spécifique : 0		
Code activité de l'entreprise (NAF) : 8230Z		
Effectif total salariés de l'entreprise 3 ou 5 salariés		
Code IDCC de la convention collective applicable : 2098		
Adresse de l'établissement d'exécution du contrat : N° et Voie 5 AVENUE DES CHASSEURS		
Complément :		
Code postal 75017		
Commune PARIS		
Téléphone : 0603624784		
Courriel : Matthieu@inwee.fr		
*Pour les employeurs du secteur public, adhésion de l'apprenti au régime spécifique d'assurance chômage :		

L'APPRENTI(E)

Nom de naissance de l'apprenti(e) : FEUTRY	
Nom d'usage : FEUTRY	
Le premier prénom de l'apprenti(e) selon l'état civil : Guillaume	
NIR de l'apprenti(e) : 101119204803397	Date de naissance : 20/11/2001
Adresse de l'apprenti(e) : N° et Voie : 4, rue Louis Pasteur Complément : Code postal : 78350 Commune : LA CELLE-SAINT-CLOUD	Sexe : ☒ M ☐ F Département de naissance : 92 Commune de naissance : MEUDON
Téléphone : 0617140814	Nationalité : 1 Régime social : 2
Courriel : gfeutry1@myges.fr	Déclare être inscrit sur la liste des sportifs de haut niveau : ☐ oui ☒ non
Représentant légal (à renseigner si l'apprenti est mineur non émancipé) Nom de naissance et prénom : Adresse du représentant légal : N° et Voie : Complément : Code postal : Commune : Courriel :	Déclare bénéficiaire de la reconnaissance travailleur handicapé : ☐ oui ☒ non Situation avant ce contrat : 4 Dernier diplôme ou titre préparé : 69 Dernière classe / année suivie : 01 Intitulé précis du dernier diplôme ou titre préparé : Diplôme ou titre le plus élevé obtenu : Déclare avoir un projet de création ou de reprise d'entreprise : ☐ oui ☒ non

LE MAÎTRE D'APPRENTISSAGE

Maître d'apprentissage n°1 Nom de naissance : PRIEUR Prénom : Arnaud Date de naissance : 13/11/2001 NIR : Courriel : arnaud@inwee.fr Emploi occupé : commercial	Maître d'apprentissage n°2 Nom de naissance : Prénom : Date de naissance : NIR : Courriel : @ Emploi occupé :
---	--

MASTER

Niveau de diplôme ou titre le plus élevé obtenu : 7

Diplôme ou titre le plus élevé obtenu :

Niveau de diplôme ou titre le plus élevé obtenu :

☒ L'employeur atteste sur l'honneur que le maître d'apprentissage répond à l'ensemble des critères d'éligibilité à cette fonction.

LE CONTRAT

Type de contrat ou d'avenant : 22 Type de dérogation : à renseigner si une dérogation existe pour ce contrat

Numéro du contrat précédent ou du contrat sur lequel porte l'avenant : 078202104013540

Date de conclusion :
(Date de signatures du présent contrat)
11/09/2023

Date de début d'exécution du
contrat : 01/09/2023

Date de début de formation pratique
chez l'employeur : 01/09/2023

Si avenant, date d'effet :

Date de fin du contrat ou de la période
d'apprentissage : 01/09/2025

Durée hebdomadaire du travail :
35 Heures

Travail sur machines dangereuses ou exposition à des risques particuliers : ☐ oui ☒ non

Rémunération

* Indiquer SMIC ou SMC (salaire minimum conventionnel)

1 ^{re} année, du 01/09/2023	au 31/08/2024	: 78	% du SMIC	* ; du	au	:	% du SMIC	*
2 ^{ème} année, du 01/09/2024	au 31/08/2025	: 78	% du SMIC	* ; du	au	:	% du SMIC	*
3 ^{ème} année, du 01/09/2025	au 01/09/2025	: 78	% du SMIC	* ; du	au	:	% du SMIC	*
4 ^{ème} année, du	au	:	% du SMIC	* ; du	au	:	% du SMIC	*

Salaire brut mensuel à l'embauche :

1382.8 €

Caisse de retraite complémentaire : MALAKOFF

Avantages en nature, le cas échéant : Nourriture : -€ / repas Logement : -€ / mois Autre : -€

LA FORMATION

CFA d'entreprise : ☐ oui ☒ non

Dénomination du CFA responsable :

CFA ISIMI – UFA PPA (PARIS)

N° UAI du CFA : 0755237K

N° SIRET CFA : 330 178 666 000 88

Adresse du CFA responsable :

N° et Voie : 85 Avenue Pierre Grenier

Complément :

Code postal : 92100
Commune : Boulogne-Billancourt

☐ Si le CFA responsable est le lieu de formation principal cochez la case ci-contre

Visa du CFA (cachet et signature du directeur) :

CFA ISIMI
Service Contrat/Gestion
N° UAI : 0755237K
85, avenue Pierre Grenier
92100 BOULOGNE-BILLANCOURT

Diplôme ou titre visé par l'apprenti : 79

Intitulé précis : Manager des Stratégies

Code diplôme : Communication & Marketing -

Code RNCP : RNCP36982 - Code Diplôme 16X32003 -
Titre de niveau 7

Organisation de la formation en CFA

Date de début de formation en CFA :

27/09/2023

Date prévue de fin des épreuves ou examens

10/09/2025

Durée de la formation : 950 heures

Lieu principal de réalisation de la formation si différent du CFA responsable :

Dénomination du lieu de formation principal :

UFA PPA (PARIS)

N° UAI : 0755237K

N° SIRET : 330 178 666 000 88

Adresse du lieu de formation principal :

N° et Voie : 28-32 Rue de l'Amiral Mouchez

Complément :

Code postal : 75014
Commune : PARIS

☒ L'employeur atteste disposer de l'ensemble des pièces justificatives nécessaires au dépôt du contrat

Fait à : PARIS

Signature de l'employeur

Signature de l'apprenti(e)

Signature du représentant légal
de l'apprenti(e) mineur(e)

DocuSigned by:

M. BOUAGAZ

DocuSigned by:

3FAE8668C81D465

CADRE RÉSERVÉ À L'ORGANISME EN CHARGE DU DÉPÔT DU CONTRAT

Nom de l'organisme :

N° SIRET de l'organisme :

Date de réception du dossier complet :

Date de la décision :

N° de dépôt :

Numéro d'avenant :



Convention de Formation (Hors convention régionale)

Année universitaire 2023-2024

Vu le livre II portant organisation de l'apprentissage et le livre III de la sixième partie, relatif à la formation professionnelle, et plus précisément les articles L 6313-1 et L 6353-1 prévus par la loi 2018-771 du 5 septembre 2018 pour la liberté de choisir son avenir professionnel et ses décrets d'application, il est conclu la convention suivante :

1 - <u>L'ETABLISSEMENT D'ENSEIGNEMENT</u>	2 - <u>L'ORGANISME D'ACCUEIL</u>
Nom : CFA ISIMI- UFA PPA (PARIS) Adresse : 85 Avenue Pierre Grenier 92100 Boulogne Billancourt UAI : 0755237K Siret : 330 178 666 000 88 Numéro de Déclaration d'Activité : 117 556 695 75 Représentée par (signataire de la convention) : Christophe FELIDJ Qualité du représentant : Chef d'établissement – Directeur du CFA Mail Contact Financement OPCO : jpercebois@reseau-ges.fr	Nom : SARL ATMOSPHERE Adresse : 5 AVENUE DES CHASSEURS 75017 PARIS SIRET : 50830835000018 Représenté par (nom du signataire de la convention) : M. BOUAZIZ Matthieu Qualité du représentant : Gérant Lieu d'exécution du contrat (si différent) : SIRET d'exécution du contrat (si différent) :

3 - L'APPRENTI(E)

Nom : **FEUTRY** Prénom : **Guillaume**

Adresse : **6 Avenue de la Furie 78170 LA CELLE-SAINT-CLOUD**

Classe : **4ème Année Communication**

Mail : gfeutry1@myges.fr

Date d'inscription de l'apprenti : **23/07/2023**

INTITULE DE LA FORMATION OU DU CURSUS SUIVI DANS LE CENTRE DE FORMATION :
Manager des Stratégies Communication & Marketing - RNCP36982 - Code Diplôme 16X32003 - Titre de niveau 7

Dates du Contrat :

Dates : Du **01/09/2023** Au **01/09/2025**.

Représentant une durée totale de **950** heures

Position : X Coefficient Hiérarchique : X

ENCADREMENT DE L'APPRENTI(E) PAR L'ETABLISSEMENT D'ENSEIGNEMENT

Nom et prénom du référent :
LE STANG Pierrick

ENCADREMENT DE L'APPRENTI(E) PAR L'ORGANISME D'ACCUEIL

Nom et prénom du maître d'apprentissage : **PRIEUR Arnaud**
Fonction : **commercial**

Article 1

Le **CFA ISIMI- UFA PPA (PARIS)** organise une action de formation par apprentissage au sens de l'article L. 6313-6 du Code du travail.

Contenu de l'action : **ANNEXE « Programme de formation »**

L'entreprise s'engage à faire suivre à l'apprenti(e) des actions de formation dispensées par l'organisme de formation ci-dessus d'une durée totale de **950 heures**.

La formation se déroulera à l'adresse suivante :

28-32 Rue de l'Amiral Mouchez 75014 PARIS

Les actions de formation débuteront le : **27/09/2023**

Les actions de formation prendront fin le : **10/09/2025**

Le calendrier de formation est produit en annexe.

Article 2

Modalités de déroulement, moyens prévus, modalités d'obtention du diplôme ou du titre : ANNEXE « Article 2 »

Modalités de suivi :

- Livret du maître d'apprentissage
- Questionnaire d'intégration 40 jours après le début du contrat
- Point direct avec le tuteur au moins 1 fois par année de contrat
- Évaluation à la fin de chaque année scolaire afin de sanctionner l'évaluation de l'apprenti sur les missions / compétences mises en œuvre

Les dates et horaires de formation sont indicatifs et susceptibles de modification, en fonction des événements pouvant survenir au cours de la réalisation de l'action de formation.

Article 3

L'entreprise désigne **M. PRIEUR Arnaud** en tant que maître d'apprentissage.

Fonction : **commercial**

Celui-ci reçoit communication du programme.

Il est chargé d'en suivre le déroulement avec l'apprenti(e) dont il est le correspondant.

Le maître d'apprentissage suit la progression pédagogique de l'apprenti(e) par :

- Le livret du maître d'apprentissage
- L'accès à la plateforme électronique 'My Ges' (www.myges.fr)
- la relation avec le référent pédagogique
- la relation avec les chargés des relations entreprises

Article 4

L'employeur est informé de l'assiduité de l'apprenti(e). Les attestations de présence sont consultables sur la plateforme électronique 'MyGes' (www.myges.fr). En cas d'absence de l'apprenti(e) pendant les jours de formation, celle-ci reste due. L'apprenti(e) doit suivre obligatoirement les heures de formation. Un manquement à cette obligation pourrait compromettre son passage en année supérieure.

En cas d'absence de l'apprenti(e) pendant les jours de formation.

L'entreprise pourra déduire ces heures d'absences de sa rémunération.

Article 5

L'apprenti(e) en formation bénéficie de la rémunération prévue dans le cadre du contrat d'apprentissage et en accord avec la législation en vigueur.

Il est donc utile de vérifier le salaire minimum conventionnel à appliquer.

La société devra établir une déclaration d'embauche pour le jeune.

La société se charge de transmettre le dossier via la plateforme mise en place par son OPCO.

Une copie de l'ensemble de ce dossier sera gardée par l'entreprise en attendant les originaux.

Pour chaque règlement de la formation, une facture sera établie pour les heures de formation effectuées. Cette facture sera adressée à l'OPCO.

Article 6

Durant les heures de cours, l'apprenti(e) en formation devra se conformer à la discipline et au règlement intérieur de l'école.

Aucune absence ne pourra être acceptée pendant les examens blancs et contrôles continus, ce qui entraînera la note 0 à l'épreuve.

Tout apprenti(e) qui ne respectera pas le règlement intérieur pourra être sanctionné dans les conditions précisées au dit règlement intérieur. L'école s'engage à prévenir l'entreprise de toute procédure disciplinaire mise en œuvre à l'encontre de l'apprenti(e) en formation et de la sanction qui sera prononcée à son encontre ; sanction pouvant être dans les cas les plus graves, l'exclusion définitive de l'apprenti(e) de l'école.

L'école s'engage à prévenir l'OPCO, conformément aux dispositions de l'article R.992.1 du code du travail, de la procédure disciplinaire.

Article 7

L'entreprise atteste avoir pris contact avec son OPCO afin de vérifier les modalités de prise en charge de la formation.

L'entreprise atteste également s'être informée des modalités financières de prise en charge de la formation par son OPCO.

Ladite convention est prévue pour la durée de la réalisation de l'action de formation.

En contrepartie de la formation dispensée, l'employeur (par le biais de son OPCO) s'engage à acquitter l'école du coût de la formation fixée à :

17 291,67 € (Frais Pédagogiques Net de taxe) sur 25 mois de contrat.

(Sur une base référence du coût Branche/France Compétences de 8300 € sur 12 mois).

Le montant éventuel du reste à charge pour l'entreprise est estimé à 0,00 € (net de taxe).

En cas de prise en charge partielle de la formation par l'OPCO, l'employeur s'engage à s'acquitter du différentiel non pris en charge par l'OPCO, par rapport au coût de la formation définit ci-dessus, à la réception de l'accord de l'OPCO.

En cas d'absence d'accord de prise en charge OPCO, l'employeur s'engage à régler les frais de formation et à en demander le remboursement à son OPCO.

Le financement des dossiers est assuré par **Julie PERCEBOIS**,

Joignable : jpercebois@reseau-ges.fr

85 Avenue Pierre Grenier – 92100 Boulogne Billancourt

L'OPCO de l'entreprise est :

Nom : **OPCO EP (EVRY)**

Adresse : **11 rue Saint Hélène
75017 PARIS**

Article 8

Frais hébergement : Oui - Non

A titre indicatif : le montant pris en charge par OPCO par nuitée est de 6€ maximum

Frais restauration : Oui - Non

A titre indicatif : montant pris en charge par OPCO par repas est de 3€ maximum

Premier équipement pédagogique : Oui - Non

A titre indicatif, le forfait pris en charge par l'OPCO est de 500€ maximum

dans la limite des frais réel.

Frais liés à la mobilité internationale : Oui – Non

A titre indicatif, le forfait pris en charge par l'OPCO est de

Article 9

L'exécution de la présente convention est soumise à l'enregistrement du contrat par la Direccte (L 6224-1 du Code du travail).

La société se charge de transmettre le dossier via la plateforme mise en place par son OPCO.

Article 10

En cas de refus du contrat par l'OPCO ou la DIRECCTE Le contrat d'apprentissage est alors annulé. L'entreprise doit informer l'école sous 8 jours du refus de l'OPCO afin que l'école puisse décider de ne pas facturer l'entreprise. A défaut l'école facturera à l'entreprise le coût de la formation, au prorata de la durée de la formation déjà suivie.

Article 11

En cas de résiliation de la présente convention par l'entreprise à moins de 30 jours francs avant le début de la formation prévue à l'article 3 ou en cas d'abandon ou d'absences du salarié en formation, le centre de formation retiendra sur le coût total des sommes qu'il aura réellement dépensées ou engagées pour la réalisation de cette formation, conformément à l'article L-991-6 du Code du Travail.

Article 12

Il peut être mis fin judiciairement à cette convention à la demande de l'une des parties lorsque celle-ci constate, de la part de l'autre partie, un manquement aux obligations inscrites dans le présent texte.

En cas de rupture du contrat de travail, l'entreprise s'engage à prévenir l'école et l'OPCO par lettre recommandée avec AR, en respectant un délai de prévenance d'un mois pour les contrats d'apprentissage et en notifiant la raison de cette rupture.

En sus, en cas de résiliation anticipée de la convention, peu importe le motif, sans accord amiable avec l'Organisme de Formation, une indemnité forfaitaire de 1500€ sera versée à l'Organisme de formation, sauf en cas de signature d'une nouvelle convention de formation.

En cas de rupture de la convention de formation pour changement de centre, l'entreprise s'engage à régler l'intégralité du montant restant à devoir, indiqué sur la convention de formation à l'Article 7.

Si une contestation ou un différend ne peuvent être réglés à l'amiable, le Tribunal de Nanterre sera seul compétent pour régler le litige.

L'apprenti, en cas de rupture de contrat avec un employeur privé bénéficie, s'il le souhaite, du maintien en formation au CFA dans la limite de 6 mois. Dans ce cas, le CFA, a l'obligation de permettre à l'apprenti la poursuite de sa formation tout en l'accompagnant dans la recherche d'un nouvel employeur.

L'opco de l'employeur privé sera donc amené à poursuivre le financement, au prorata de l'accompagnement de l'apprenti jusqu'à ce que cet accompagnement aboutisse à un nouveau contrat, dans la limite de 6 mois.

Si l'apprenti, ne souhaite pas rester en formation, il n'y a pas de maintien des financements.

Article 13

En cas de retard de paiement – l'échéance est indiquée sur la facture - les intérêts de retard seront dus par le client sans mise en demeure préalable à compter de la date d'exigibilité de la facture ou des sommes impayées, à un taux égal au taux pratiqué par la Banque Centrale Européenne pour ses opérations de refinancement majoré de 10 points, prorata temporis et ce, sans préjudice de l'indemnité forfaitaire de 40 Euros (art. L 441 -6 du Code de Commerce et Art. D. 441-5 du Décret du 2/10/2012) ». « Le non-respect des conditions de paiement convenues, même d'une seule échéance, emportera déchéance du terme, la totalité des sommes dues devenant immédiatement exigibles,

majorées, à titre de clause pénale, d'une indemnité forfaitaire égale à 15% hors taxe, des sommes dues.

Article 14

Cette formation à distance, d'une durée de **86** heures s'ajoute à la réalisation de **864** heures de cours avec professeur en face à face pédagogique et en mini-groupe.

Le salarié s'engage à suivre au moins 2 heures consécutives par semaine en entreprise entre le **27/09/2023** et le **10/09/2025**. Ces heures seront fixées en fonction de ses disponibilités et en accord avec son tuteur.

L'Encadrement et le suivi de la F.O.A.D est réalisé par média interposé par le biais d'une messagerie qui lui permet de prendre contact avec le centre de formation (adresse e-mail: e-learning@reseau-ges.fr) afin de poser tous types de questions, tant théoriques que logistiques. L'Encadrement est aussi réalisé de manière physique par le professeur au cours des heures de face à face pédagogique. De plus, il peut contacter en cas de besoin Mme Lidia RAMOS; Chef de projet E-Learning

En tout état de cause, le temps passé sur un multimédia est évalué strictement à **86** heures. Ce temps étant le temps estimé par le Centre de Formation et le salarié pour acquérir les connaissances du niveau à réaliser

En ce qui concerne l'évaluation du salarié, celle-ci se matérialise par :

- l'évaluation lors du contrôle continu
- des partiels semestriels
- quizz à l'issue de chaque module
- l'accompagnement du salarié formé à distance

Article 15

Conformément aux dispositions de l'article 1101 du Code Civil, il est rappelé qu'aucune modification du présent contrat ne saurait être valablement apportée sans la contre signature de l'ensemble des parties.

Fait en 3 exemplaires :

- un pour l'entreprise
- un pour l'école
- un pour l'OPCO

Pour l'organisme de formation :

Signature et Cachet

CFA ISIMI
Service Contrat/Gestion
N°UAI : 0755237K
85, avenue Pierre Grenier
92100 BOULOGNE-BILLANCOURT

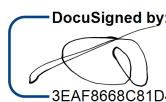
Pour la société:

Signature et Cachet

DocuSigned by:
M. BOURAZ
8DCD66F173CB4A2...

Pour l'étudiant :

Signature et Cachet

DocuSigned by:

3EAF8668C81D465...



MANDAT
(Dépôt du contrat auprès de l'OPCO)

Votre OPCO : OPCO EP (EVRY)

☒ Par la présente convention, l'entreprise signataire donne mandat au CFA signataire, qui l'accepte, pour accomplir toutes formalités nécessaires aux opérations prévues à l'article L.6224-1 du code du travail.

Il conviendra que le mandataire valide la saisie du mandant sur la plateforme de l'OPCO pour les OPCO suivants :

- | | |
|----------------|------------------|
| - AKTO | - UNIFORMATION |
| - L'OPCOMMERCE | - OPCO EP |
| - OCAPIAT | - OPCO MOBILITES |
| - ATLAS | |

☐ L'entreprise signataire ne souhaite pas donner mandat au CFA signataire pour accomplir les formalités nécessaires aux opérations prévues à l'article L. 6224-1 du code du travail.

Ou l'OPCO ne permet pas la possibilité au CFA signataire de faire le dépôt pour l'entreprise signataire (*OPCO concernés : AFDAS, CONSTRUCTYS, OPCO2I et OPCO SANTE*)

L'entreprise signataire demeure seule responsable de l'accomplissement de ces opérations.

En considération de l'exécution de son mandat, le CFA mandataire ne reçoit aucune rémunération du mandant, ledit mandat devant être accompli à titre gratuit.

Le mandant s'engage, envers le mandataire, à lui fournir l'ensemble des informations nécessaires à la bonne exécution de son mandat. Il lui donne pouvoir aux fins de le représenter, notamment auprès des opérateurs prévus à l'article L. 6332-1 du code du travail.

Le mandataire s'engage à exécuter personnellement son mandat, et ce dans le meilleur intérêt du mandant, et de ne pas agir dans son propre intérêt, ni celui d'un tiers. Il agit dans la limite des pouvoirs qui lui sont conférés par la présente convention et des règles en vigueur relatives aux opérations prévues à l'article L. 6224-1 du code du travail. Il s'engage également à informer le mandant de toute situation le justifiant, ou à la demande de ce dernier, de l'état d'exécution du mandat, ainsi que de sa pleine réalisation.

Article L6224-1

Le contrat d'apprentissage ou, le cas échéant, la déclaration mentionnée à l'article L. 6222-5 est transmis à l'opérateur de compétences, qui procède à son dépôt dans des conditions fixées par voie réglementaire.

Pour la société
Signature et Cachet

DocuSigned by:
M. BOURZIZ
8DCD66F173CB4A2...

Pour l'organisme de formation
Signature et cachet

CFA ISIMI
Service Contrat/Gestion
N°UAI : 0755237K
85, avenue Pierre Grenier
92100 BOULOGNE-BILLANCOURT

4ème année PPA alternance COM/MKG - 2023-2024

455 heures (420 heures + 35 heures de FOAD)



Titre préparé : Manager des Stratégies Communication Marketing - RNCP 36982 - Code Diplôme : 16X32003 - Titre de Niveau 7

Nombre d'heures de cours + E-learning :**420 + 35 = 455**

Août 2023	Septembre 2023	Octobre 2023	Novembre 2023	Décembre 2023	Janvier 2024	Février 2024	Mars 2024	Avril 2024	Mai 2024	Juin 2024	Juillet 2024	Août 2024	Septembre 2024
1 Ma	1 Ve	1 Di	1 Me F	1 Ve	1 Lu F	1 Je	1 Ve 6,0	1 Lu F	1 Me F	1 Sa	1 Lu	1 Je	1 Di
2 Me	2 Sa	2 Lu	2 Je	2 Sa	2 Ma	2 Ve	2 Sa	2 Ma	2 Je	2 Di	2 Ma	2 Ve	2 Lu
3 Je	3 Di	3 Ma	3 Ve	3 Di	3 Me 6,0	3 Sa	3 Di	3 Me 7,0	3 Ve	3 Lu	3 Me 7,5	3 Sa	3 Ma
4 Ve	4 Lu	4 Me 6,0	4 Sa	4 Lu	4 Je	4 Di	4 Lu	4 Je	4 Sa	4 Ma	4 Je	4 Di	4 Me
5 Sa	5 Ma	5 Je	5 Di	5 Ma	5 Ve	5 Lu	5 Ma	5 Ve	5 Di	5 Me 7,5	5 Ve	5 Lu	5 Je
6 Di	6 Me	6 Ve	6 Lu	6 Me 6,0	6 Sa	6 Ma	6 Me 7,0	6 Sa	6 Lu 7,0	6 Je	6 Sa	6 Ma	6 Ve
7 Lu	7 Je	7 Sa	7 Ma	7 Je	7 Di	7 Me 7,0	7 Je	7 Di	7 Ma	7 Ve	7 Di	7 Me	7 Sa
8 Ma	8 Ve	8 Di	8 Me 6,0	8 Ve	8 Lu	8 Je	8 Ve	8 Lu	8 Me F	8 Sa	8 Lu	8 Je	8 Di
9 Me	9 Sa	9 Lu	9 Je	9 Sa	9 Ma	9 Ve	9 Sa	9 Ma	9 Je F	9 Di	9 Ma	9 Ve	9 Lu
10 Je	10 Di	10 Ma	10 Ve	10 Di	10 Me 6,0	10 Sa	10 Di	10 Me 7,0	10 Ve	10 Lu 6,0	10 Me 7,5	10 Sa	10 Ma
11 Ve	11 Lu	11 Me 6,0	11 Sa F	11 Lu 6,0	11 Je	11 Di	11 Lu	11 Je	11 Sa	11 Ma 6,0	11 Je	11 Di	11 Me
12 Sa	12 Ma	12 Je	12 Di	12 Ma 6,0	12 Ve	12 Lu	12 Ma	12 Ve	12 Di	12 Me 6,0	12 Ve	12 Lu	12 Je
13 Di	13 Me	13 Ve	13 Lu	13 Me 6,0	13 Sa	13 Ma	13 Me 7,0	13 Sa	13 Lu	13 Je 6,0	13 Sa	13 Ma	13 Ve
14 Lu	14 Je	14 Sa	14 Ma	14 Je 6,0	14 Di	14 Me 7,0	14 Je	14 Di	14 Ma	14 Ve 6,0	14 Di	14 Me	14 Sa
15 Ma	15 Ve	15 Di	15 Me 6,0	15 Ve 6,0	15 Lu	15 Je	15 Ve	15 Lu	15 Me 7,0	15 Sa	15 Lu	15 Je F	15 Di
16 Me	16 Sa	16 Lu	16 Je	16 Sa	16 Ma	16 Ve	16 Sa	16 Ma	16 Je	16 Di	16 Ma	16 Ve	16 Lu
17 Je	17 Di	17 Ma	17 Ve	17 Di	17 Me 7,0	17 Sa	17 Di	17 Me 6,0	17 Ve	17 Lu	17 Me 6,0	17 Sa	17 Ma
18 Ve	18 Lu	18 Me 6,0	18 Sa	18 Lu	18 Je	18 Di	18 Lu	18 Je	18 Sa	18 Ma	18 Je	18 Di	18 Me
19 Sa	19 Ma	19 Je	19 Di	19 Ma	19 Ve	19 Lu	19 Ma	19 Ve	19 Di	19 Me 7,5	19 Ve	19 Lu	19 Je
20 Di	20 Me	20 Ve	20 Lu	20 Me 6,0	20 Sa	20 Ma	20 Me 7,0	20 Sa	20 Lu F	20 Je	20 Sa	20 Ma	20 Ve
21 Lu	21 Je	21 Sa	21 Ma	21 Je	21 Di	21 Me 7,0	21 Je	21 Di	21 Ma	21 Ve	21 Di	21 Me	21 Sa
22 Ma	22 Ve	22 Di	22 Me 6,0	22 Ve	22 Lu	22 Je	22 Ve	22 Lu	22 Me 7,0	22 Sa	22 Lu 6,0	22 Je	22 Di
23 Me	23 Sa	23 Lu 6,0	23 Je	23 Sa	23 Ma	23 Ve	23 Sa	23 Ma	23 Je	23 Di	23 Ma 6,0	23 Ve	23 Lu
24 Je	24 Di	24 Ma 6,0	24 Ve	24 Di	24 Me 7,0	24 Sa	24 Di	24 Me 7,0	24 Ve	24 Lu	24 Me 6,0	24 Sa	24 Ma
25 Ve	25 Lu	25 Me 6,0	25 Sa	25 Lu F	25 Je	25 Di	25 Lu 6,0	25 Je	25 Sa	25 Ma	25 Je 6,0	25 Di	25 Me
26 Sa	26 Ma	26 Je 6,0	26 Di	26 Ma	26 Ve	26 Lu 6,0	26 Ma 6,0	26 Ve	26 Di	26 Me 7,5	26 Ve 6,0	26 Lu	26 Je
27 Di	27 Me 6,0	27 Ve 6,0	27 Lu	27 Me	27 Sa	27 Ma 6,0	27 Me 6,0	27 Sa	27 Lu	27 Je	27 Sa	27 Ma	27 Ve
28 Lu	28 Je	28 Sa	28 Ma	28 Je	28 Di	28 Me 6,0	28 Je 6,0	28 Di	28 Ma	28 Ve	28 Di	28 Me	28 Sa
29 Ma	29 Ve	29 Di	29 Me 6,0	29 Ve	29 Lu	29 Je 6,0	29 Ve 6,0	29 Lu	29 Me 7,5	29 Sa	29 Lu	29 Je	29 Di
30 Me	30 Sa	30 Lu 6,0	30 Je	30 Sa	30 Ma		30 Sa	30 Ma	30 Je	30 Di	30 Ma	30 Ve	30 Lu
31 Je		31 Ma		31 Di	31 Me 7,0		31 Di		31 Ve		31 Me	31 Sa	

NOTE : ce calendrier n'est pas contractuel et peut faire l'objet de modifications afin de répondre à des impératifs d'ordre pédagogique

5PPA COM ALT PREV - Calendrier 2024/2025

495 heures (444 heures + 51 heures de FOAD)



Titre préparé : Manager des Stratégies Communication Marketing - RNCP 36982 - Code Diplôme : 16X32003 - Titre de Niveau 7

2025

SEPTEMBRE		OCTOBRE		NOVEMBRE		DECEMBRE		JANVIER		FEVRIER		MARS		AVRIL		MAI		JUIN		JUILLET		AOÛT		SEPTEMBRE				
D 1		M 1		V 1	Toussaint	D 1		M 1	Jour de l'AN	S 1		S 1		M 1		J 1	Fête du travail	D 1		M 1		V 1		L 1	36			
L 2	36	M 2	7,5	S 2		L 2	49	J 2		D 2		D 2		M 2	7,5	V 2		L 2	23	M 2	7,5	S 2		M 2				
M 3		J 3		D 3		M 3		V 3		L 3	6	L 3	10	J 3		S 3		M 3		J 3		D 3		M 3				
M 4		V 4		L 4	45	M 4	7,5	S 4		M 4		M 4		V 4		D 4		M 4	7,5	V 4		L 4	32	J 4				
J 5		S 5		M 5		J 5		D 5		M 5	7,5	M 5	7,5	S 5		L 5	19	J 5		S 5		M 5		V 5				
V 6		D 6		M 6	7,5	V 6		L 6	2	J 6		J 6		D 6		M 6		V 6		D 6		M 6		S 6				
S 7		L 7	41	J 7		S 7		M 7		V 7		V 7		L 7	15	M 7	7,5	S 7		L 7	28	J 7		D 7				
D 8		M 8		V 8		D 8		M 8		S 8		S 8		M 8		J 8	Armistice	D 8		M 8		V 8		L 8	37			
L 9	37	M 9	7,5	S 9		L 9	6,0	50	J 9		D 9		D 9		M 9	7,5	V 9		L 9	Pentecôte	24	M 9	7,5	S 9		M 9		
M 10		J 10		D 10		M 10	6,0		V 10		L 10	7	L 10	11	J 10		S 10		M 10		J 10		D 10		M 10	6,0		
M 11		V 11		L 11	Armistice	M 11	6,0		S 11		M 11		M 11		V 11		D 11		M 11	7,5	V 11		L 11	33	J 11			
J 12		S 12		M 12		J 12	6,0		D 12		M 12	7,5	M 12	7,5	S 12		L 12	20	J 12		S 12		M 12		V 12			
V 13		D 13		M 13	7,5	V 13	6,0		L 13	6,0	3	J 13		J 13		D 13		M 13		V 13		D 13		M 13		S 13		
S 14		L 14	6,0	42	J 14		S 14		M 14	6,0		V 14		V 14		L 14	16	M 14	7,5	S 14		L 14	Fête nationale	J 14		D 14		
D 15		M 15	6,0		V 15		D 15		M 15	6,0		S 15		S 15		M 15		J 15		D 15		M 15	29	V 15	Assomption	L 15	38	
L 16	38	M 16	6,0	S 16		L 16		51	J 16	6,0		D 16		D 16		M 16	7,5	V 16		L 16	25	M 16	6,0	S 16		M 16		
M 17		J 17	6,0	D 17		M 17			V 17	6,0		L 17	8	L 17	6,0	12	J 17		S 17		M 17		D 17		M 17			
M 18	6,0	V 18	6,0	L 18	47	M 18	7,5		S 18		M 18		M 18	6,0	V 18		D 18		M 18	7,5	V 18		L 18	34	J 18			
J 19		S 19		M 19		J 19			D 19		M 19	7,5	M 19	6,0	S 19		L 19	6,0	21	J 19		S 19		M 19		V 19		
V 20		D 20		M 20	7,5	V 20			L 20	4	J 20		J 20	6,0	D 20		M 20	6,0		V 20		D 20		M 20		S 20		
S 21		L 21	43	J 21		S 21			M 21		V 21		V 21	6,0	L 21	Pâques	17	M 21	6,0	S 21		L 21	6,0	30	J 21		D 21	
D 22		M 22		V 22		D 22			M 22	7,5	S 22		S 22		M 22		J 22	6,0		D 22		M 22	6,0		V 22		L 22	39
L 23	39	M 23	7,5	S 23		L 23		52	J 23		D 23		D 23		M 23	7,5	V 23	6,0		L 23	26	M 23	6,0	S 23		M 23		
M 24		J 24		D 24		M 24			V 24		L 24	9	L 24	13	J 24		S 24		M 24		J 24	6,0	D 24		M 24			
M 25	7,5	V 25		L 25	48	M 25	Noël		S 25		M 25		M 25		V 25		D 25		M 25	7,5	V 25	6,0	L 25	35	J 25			
J 26		S 26		M 26		J 26			D 26		M 26	7,5	M 26	7,5	S 26		L 26	22	J 26		S 26		M 26		V 26			
V 27		D 27		M 27	7,5	V 27			L 27	5	J 27		J 27		D 27		M 27		V 27		D 27		M 27		S 27			
S 28		L 28	44	J 28		S 28			M 28		V 28		V 28		L 28	18	M 28		S 28		L 28	31	J 28		D 28			
D 29		M 29		V 29		D 29			M 29	7,5			S 29		M 29		J 29	Ascension	D 29		M 29		V 29		L 29	40		
L 30	40	M 30	7,5	S 30		L 30		1	J 30				D 30		M 30	6,0	V 30		L 30	27	M 30		S 30		M 30			
		J 31				M 31			V 31				L 31	14			S 31				J 31		D 31					
13,5		60,0		30,0		45,0		45,0		30,0		52,5		36,0		45,0		30,0		51,0		0,0		6,0				

444,0

NOTE : ce calendrier n'est pas contractuel et peut faire l'objet de modifications afin de répondre à des impératifs d'ordre pédagogique



« Manager des Stratégies Communication Marketing »

Bloc	Compétences
Bloc n°1 : Manager la marque	Compétences professionnelles C1.1. Analyser l'organisation et son environnement C1.2. Evaluer la symbolique du capital marque dans son univers concurrentiel C1.3. Concevoir un projet de communication marketing C1.4. Diriger l'évolution des marques C1.5. Analyser l'histoire de la marque
Bloc n°2 : Manager le système d'information communication marketing	Compétences professionnelles C2.1. Auditer les ressources data et documentaires C2.2. Déterminer les moyens humains et technologiques C2.3. Analyser les données C2.4. Anticiper les points de contacts sur les différentes étapes du chemin consommateur
Bloc n°3 : Manager les stratégies expérientielles de la marque	Compétences professionnelles C3.1. Impliquer les cibles C3.2. Capitaliser sur un phénomène tribal C3.3. Concevoir la production des actions Online et Offline
Bloc n°4 : Manager la performance	Compétences professionnelles C4.1. Déployer une stratégie de communication interne collaborative C4.2. Manager les relations avec le réseau C4.3. Manager la stratégie d'arbitrage des moyens de communication marketing C4.4. Garantir le budget C4.5. Renforcer les compétences des collaborateurs
Bloc n°5 : Construire le design de la marque	Compétences professionnelles C5.1. Décider de la rhétorique créative de la marque C5.2. Traduire le positionnement de la marque par une grammaire créative C5.3. Traduire les préconisations stratégiques communication et marketing en besoins créatifs



PPA - Mastère "COMMUNICATION"
Manager des Stratégies Communication Marketing - RNCP 36982
Titre de niveau 7

(Nb d'heures : 455 heures)

Année 1		
Bloc 1 :	Conception de la stratégie de marque	
Bloc 2 :	Gestion du système d’information communication marketing au service de la performance	
Bloc 3 :	Mise en œuvre d’une stratégie communication marketing cross canal	
Bloc 4 :	Management de projet et animation d’équipes pluridisciplinaires	
Bloc n°1	SEMINAIRE 1 - CREATION D'UNE AGENCE	15 h
	objectif du module et compétence développée : Lancement du projet d'agence annuel - Sensibiliser les étudiants à la création d'une agence de communication et à ses enjeux - Etre en capacité de maîtriser les différentes étapes du processus de création : de l'idée à la réalisation du projet et notamment les aspects : créativité, brainstorming, étude de marché et de faisabiité, positionnement de marque, développement commercial, stratégie de communcation, recherche de financement, business plan, statut juridique, focus sur les startups... compétence développée modalités d'évaluation : 1CC + Dossier et soutenance	
	PROJET COMMUNICATION EVENEMENTIELLE	18 h
	objectif du module et compétence développée : Un projet organisé en 3 temps (3 trimestres) en complément du Séminaire 1 - Comprendre les enjeux de l'événementiel dans une stratégie de communication globale - Connaître les spécificités des différentes types d'événements professionnels - Maîtriser la méthodologie de gestion d'un projet marketing, événementiel et de ses process - Au cours de ce module, les étudiants ont pour vocation de créer une agence de communication événementielle et de concevoir un projet pour un client réel de sa conception à sa réalisation - ce module permet ainsi d'appréhender et maîtriser toutes les étapes de la conception d'un événement : rédaction d'un brief client - réalisation d'une recommandation stratégique, conception d'un budget prévisionnel, mise en place d'une stratégie de communication à 360° pertinente au vu des cibles et des enjeux du projet, mise en place d'une démarche commerciale, recherche de partenariat, maîtrise et gestion des aspects sécuritaires et juridiques d'un projet et événement compétence développée modalités d'évaluation : 4CC + Soutenance ou jury	
	STRATEGIE DE COMMUNICATION DIGITALE ET D'ACQUISITION	18 h
	objectif du module et compétence développée : Comprendre les enjeux de la communication digitale et des différents canaux web et display à disposition pour les entreprises et les organisations Développer une réflexion critique et une capacité à anticiper les évolutions de la communication digitale pour proposer des solutions innovantes pour les entreprises et les organisations Concevoir et mettre en place une campagne web et display pour un cas concret, en s'appuyant sur des méthodes et des outils adaptés Mesurer et évaluer les performances des campagnes web et display pour pouvoir les optimiser et en déduire des améliorations pour les campagnes futures modalités d'évaluation : 1CC + Partiel	
	FOAD (E-learning)	17 h
	Cf programme FOAD	
	PARTIELS	18 h
Bloc N°2	CRM ET CAMPAGNE D'E-MAILING ET NEWSLETTER ET RGPD	21 h
	objectif du module et compétence développée : Comprendre l'enjeu des emailings et des newsletters dans une stratégie marketing, communication et commerciale - Mettre en place une campagne marketing ciblée et efficiente - Connaître les différentes plateformes de emailing professionnel et leur fonctionnement - Coordonner une campagne ciblée en fonction des objectifs de fidelisation ou de conquête- Définir une base de données et segmenter des cibles. Comprendre le comportement de l'internaute et du consommateur sur internet en fonction des produits et des secteurs - Définir les differents formats de newsletters et de emailing pour des retombées efficientes - Savoir écrire de manière impactante pour une newsletter - Définir un objet un message, un wording et un visuel impactant - Connaître les KPI et analyser les retombées d'une campagne - Respecter le règlement Général de la Protection des Données (RGPD) modalités d'évaluation : 1CC + Partiel	
	BUSINESS ENGLISH/TOEIC	15 h
	objectif du module et compétence développée : Acquérir et renforcer les outils de communication linguistique (grammaticale et lexicale) visant à obtenir un niveau satisfaisant à l'examen du TOEIC. Mobiliser ses connaissances et compétences dans un contexte pluriculturel, soit communiquer en langue étrangère dans une situation professionnelle et personnelle au quotidien modalités d'évaluation : 1CC + Partiel	
	SEMINAIRE 2 - CONCEPTION D'UN SITE INTERNET EN CMS ET PAO INDESIGN	20 h
	objectif du module et compétence développée : Etre en capacité de concevoir et développer un site internet en CMS pour toute organisation - Maîtriser toutes les étapes du processus de sa création à son référencement : Choix de la plateforme, création et dépôt du nom de domaine, choix et fonctionnement des template, choix de l'ergonomie et de l'architecture, mise en place d'une stratégie de référencement modalités d'évaluation : 2CC + Dossier et Soutenance	
	SEMINAIRE 4 - Spécialisation	30 h
	objectif du module et compétence développée : Les étudiants vont se spécialiser sur le secteur ou les métiers qu'ils auront choisi à travers des séminaires thématiques. Selon programme détaillé modalités d'évaluation : 1CC + Dossier et Soutenance	
	SEMINAIRE 5 - ICDL	30 h
	objectif du module et compétence développée : Maîtriser Excel Tableur ou Avancé du Pack Office et PAO InDesign. Acquérir la maîtrise essentielle des outils de graphisme - Maîtriser les fonctionnalités de la suite Adobe indesgin - Développer ses connaissances en terme de conception graphisme. Etre en capacité de concevoir des outils de communication visuelle : cartes de visite, flyers, affiches... : Gérer la mise en page, les typographies, les textes et les blocs. Concevoir un cahier des charges à l'attention d'un imprimeur - connaître les différentes modalités, formats et qualités d'impression et ses contraintes - Obtention de la certification ICDL modalités d'évaluation : Note finale	
	PARTENARIAT MEDIA ET RELATION PUBLIQUE	15 h

Bloc n°3	objectif du module et compétence développée : Différencier relations presse et partenariat média Identifier les différents types de médias et leur audience cible Mettre en place une relation presse, un partenariat média et/ou une stratégie d’influence efficace en fonction des enjeux et objectifs de la marque et des événements Établir une stratégie de relation presse efficace pour promouvoir les activités et les événements Piloter ce partenariat avec l’ensemble des acteurs Elaborer les outils de communication RP : dossier de presse, communiqué de presse, événement presse Concevoir un contrat de partenariat Réagir rapidement et efficacement en cas de crise de communication Mesurer et évaluer l’impact de la relation presse modalités d'évaluation : 1CC + Partiel	
	CRM ET CAMPAGNE D'E-MAILING ET NEWSLETTER ET RGPD	21 h
	objectif du module et compétence développée : Comprendre l'enjeu des emailings et des newsletters dans une stratégie marketing, communication et commerciale - Mettre en place une campagne marketing ciblée et efficiente - Connaître les différentes plateformes de emailing professionnel et leur fonctionnement - Coordonner une campagne ciblée en fonction des objectifs de fidelisation ou de conquête- Définir une base de données et segmenter des cibles. Comprendre le comportement de l'internaute et du consommateur sur internet en fonction des produits et des secteurs - Définir les différents formats de newsletters et de emailing pour des retombées efficaces - Savoir écrire de manière impactante pour une newsletter - Définir un objet un message, un wording et un visuel impactant - Connaître les KPI et analyser les retombées d'une campagne - Respecter le règlement Général de la Protection des Données (RGPD) modalités d'évaluation : 1CC + Partiel	
	STRATEGIE DE COMMUNICATION SOCIAL MEDIA ET SOCIAL ADS	15 h
	objectif du module et compétence développée : Comprendre l'évolution du social media et leurs enjeux du social media Maîtriser les spécificités de chaque réseau social (Instagram, Facebook, LinkedIn, Twitter, TikTok...) et les grandes tendances. Réaliser un audit des réseaux sociaux d’une marque ou d’une organisation Concevoir, développer et piloter la stratégie « social média » pour une marque et/ou une organisation (et notamment pour l’agence créée dans le cadre du projet annuel) Comprendre les leviers stratégiques du social media et leur fonctionnement sur l’ensemble des réseaux sociaux Maîtriser la chaîne de production du contenu numérique de sa conception à son activation (écriture, production et activation) Maîtriser les mécanismes du paid media : ads, marketing d’influence, opérations sponsorisées, etc. Identifier et analyser KPIs clés des réseaux sociaux Connaître les spécificités des différents réseaux sociaux, leurs typologies, leurs formats, leurs enjeux et leurs KPI en global - Comprendre et maîtriser les enjeux d'une stratégie en social média efficace- Maîtriser les best practice selon les secteurs de prises de parole - Concevoir un contenu adapté à chaque support - Etre en capacité de comprendre et d'analyser chaque KPI et d'identifier des actions d'optimisation- Etre en capacité d'auditer une stratégie modalités d'évaluation : 1CC + Partiel	
	PROJET COMMUNICATION EVENEMENTIELLE	24 h
	objectif du module et compétence développée : Un projet organisé en 3 temps (3 trimestres) en complément du Séminaire 1 - Comprendre les enjeux de l'événementiel dans une stratégie de communication globale - Connaître les spécificités des différents types d'événements professionnels - Maîtriser la méthodologie de gestion d'un projet marketing, événementiel et de ses process - Au cours de ce module, les étudiants ont pour vocation de créer une agence de communication événementielle et de concevoir un projet pour un client réel de sa conception à sa réalisation - ce module permet ainsi d'appréhender et maîtriser toutes les étapes de la conception d'un événement : rédaction d'un brief client - réalisation d'une recommandation stratégique, conception d'un budget prévisionnel, mise en place d'une stratégie de communication à 360° pertinente au vu des cibles et des enjeux du projet, mise en place d'une démarche commerciale, recherche de partenariat, maîtrise et gestion des aspects sécuritaires et juridiques d'un projet et événement compétence développée modalités d'évaluation : 4CC + Soutenance ou jury	
	SEMINAIRE 3 - Filière	30 h
	objectif du module et compétence développée : Les étudiants vont se spécialiser sur le secteur ou les métiers qu'ils auront choisi à travers des séminaires thématiques. Selon programme détaillé modalités d'évaluation : 1CC + Dossier et Soutenance	
	CREATION DE CONTENU REDACTIONNEL	15 h
Bloc N°4	objectif du module et compétence développée : Connaître les différents formats rédactionnels et leurs structurations et les différents types de contenu rédactionnel, et leur utilisation en fonction des différents canaux de communication Rédiger un contenu éditorial adapté, attrayant, efficace et optimisé pour les moteurs de recherche en fonction de la cible et des objectifs Structurer un contenu éditorial Définir un titre, un angle adapté et impactant au regard du message Concevoir des contenus éditoriaux pour les différents supports de communication print et digitaux : presse, journal interne, réseaux sociaux, site Internet, plaquettes... modalités d'évaluation : 1CC + Partiel	
	CREATION ET PILOTAGE D'UN PROJET DE CONTENU VIDEO	18 h
	objectif du module et compétence développée : Comprendre les enjeux de la vidéo et d'un contenu vidéo dans la stratégie marketing et communication globale d'une marque ou d'une organisation - Maîtriser les différentes typologies, formats et particularités de vidéo : vidéo institutionnelle, vidéo publicitaire, vidéo pour la TV, Vidéo pour les nouveaux média, vidéo virale,... Maîtriser les différentes étapes et le process d'une production audiovisuelle : du cahier des charges à la diffusion - Etre en capacité de coordonner et réaliser la production d'une vidéo publicitaire. Connaître les différents interlocuteurs et métiers intégrant la production d'une vidéo : directeur de production, directeur artistique, concepteur et rédacteur, monteur, casting, post production - Etre en capacité de concevoir et réaliser un dossier de production modalités d'évaluation : 1CC + Partiel	
	PROJET COMMUNICATION EVENEMENTIELLE	21 h
	objectif du module et compétence développée : Un projet organisé en 3 temps (3 trimestres) en complément du Séminaire 1 - Comprendre les enjeux de l'événementiel dans une stratégie de communication globale - Connaître les spécificités des différents types d'événements professionnels - Maîtriser la méthodologie de gestion d'un projet marketing, événementiel et de ses process - Au cours de ce module, les étudiants ont pour vocation de créer une agence de communication événementielle et de concevoir un projet pour un client réel de sa conception à sa réalisation - ce module permet ainsi d'appréhender et maîtriser toutes les étapes de la conception d'un événement : rédaction d'un brief client - réalisation d'une recommandation stratégique, conception d'un budget prévisionnel, mise en place d'une stratégie de communication à 360° pertinente au vu des cibles et des enjeux du projet, mise en place d'une démarche commerciale, recherche de partenariat, maîtrise et gestion des aspects sécuritaires et juridiques d'un projet et événement modalités d'évaluation : 4CC + Soutenance ou jury	
	BUSINESS ENGLISH/TOEIC	15 h
	objectif du module et compétence développée : Acquérir et renforcer les outils de communication linguistique (grammaticale et lexicale) visant à obtenir un niveau satisfaisant à l’examen du TOEIC. Mobiliser ses connaissances et compétences dans un contexte pluriculturel, soit communiquer en langue étrangère dans une situation professionnelle et personnelle au quotidien modalités d'évaluation : 1CC + Partiel	
	SEMINAIRE 6 - Spécialisation	30 h
	objectif du module et compétence développée : Les étudiants vont se spécialiser sur le secteur ou les métiers qu'ils auront choisi à travers des séminaires thématiques. Selon programme détaillé modalités d'évaluation : 1CC + Dossier et Soutenance	
	RENCONTRES BUSINESS ET AUTRES	30 h
	Selon programme modalités d'évaluation : Note finale	
	FOAD (E-learning)	18 h
	Cf programme FOAD	
Rapport activité professionnelle et appréciation d'entreprise		h

	Le rapport d'actiivté constitue une synthèse réalisée par l'étudiant en vu de fournir un retour d'expérience quant à son année d'apprentissage. Le rapport donne lieu à une évaluation écrite et un oral. Le rapport s'accompagne d'une appréciation fournie par l'entreprise, quant aux qualités de l'apprenti, les missions confiées durant l'année, le comportement et les compétences. L'appréciation d'entreprise complète la note obtenue par le rapport d'activité,	
Nombre total d'heures		455 h

Note : ce document n'est pas contractuel et peut faire l'objet de modifications afin de répondre à des impératifs d'ordre pédagogique.



PPA - 5e Année - Communication

Titre préparé : Manager des Stratégies Communication Marketing -

RNCP 36982 - Code Diplôme : 16X32003 - Titre de Niveau 7

(TOTAL : 495 heures)

Année 2	
INNOVATION	18
Ce module sous forme de séminaire de 4 jours alternant plénières, ateliers et workshops. Il a pour vocation de permettre de : comprendre les enjeux de développer une démarche " R&D" et innovation dans le secteur du luxe - maîtriser le process et les étapes d'une innovation - Connaître les différents types d'innovation - Impulser et coordonner une démarche d'innovation au sein d'une organisation - maîtriser et mettre en place les méthodologies et les outils de créativité.	
SPONSORING - MECENAT - SPONSORING	12
Ce module se déroule sous forme de séminaire de 2 jours. Il aborde le partenariat et ses différentes formes (sponsoring - mécénat - partenariat commercial) à la fois du côté "des ayants droit", des marques dans le luxe et des média. Ce module a pour objectif de : comprendre les enjeux stratégiques et opérationnels du partenariat, sponsoring et mécénat pour une marque	
STRATEGIE DE CRISE ET GESTION BAD BUZZ	22
Ce module s'articule en deux temps : cours théoriques & séminaires de deux jours - Ce format permet "de plonger" les étudiants dans la réalité d'une crise d'une organisation professionnelle à travers un scénario de 48 heures de crise. Ceci permet de mettre en scène l'ensemble des acteurs et parties prenantes d'une crise, les étapes, la démarche et les process.	
MISSION DE CONSULTING EN STRATEGIE DIGITALE	16
Dans le cadre ce module, les étudiants accompagnent une marque ou une organisation dans sa stratégie digitale globale pendant 3 mois, et ce, quel que soit son secteur d'activité. Cette mission permet d'appréhender tout le process d'une mission de conseil.	
54H CRONOS & HACKATON	10
Il s'agit d'une compétition d'agences à partir d'un brief "stratégie digitale" d'un client réel choisi. Les enjeux de cette compétition : Capacité à réaliser un audit de la stratégie digitale d'une entreprise - Concevoir une recommandation digitale stratégique et opérationnelle - Création d'un site internet - Optimiser le référencement naturel et payant du site. Identifier les KPI attendus - Accompagner le lancement ou le repositionnement d'une nouvelle marque - Remise des prix aux trois meilleures agences.	
LEADERSHIP ET MANAGEMENT	12
Le module se déroule sous forme de séminaire avec la possibilité pour chaque étudiant d'assister à 7 ateliers et à 7 plénières animés par des enseignants-chercheurs du domaine mais aussi des personnalités issues de différents secteurs (sportif, fooding, business) qui ont tous une vision inspirante et développent des approches reconnues en termes de management et leadership.	
MARKETING MOBILE	18
Connaître le marché et l'écosystème du mobile en France et à l'international - Comprendre les enjeux du marketing mobile dans une stratégie globale d'entreprise - Maîtriser les différentes évolutions technologiques des supports, leurs enjeux et leurs fonctionnalités en termes d'utilisations et de stratégies - Connaître et comprendre les attentes et les évolutions du comportement des consommateurs et utilisateurs sur le mobile en terme de navigation, de process de décision, d'information et d'achat.	



PPA - 5e Année - Communication

Titre préparé : Manager des Stratégies Communication Marketing -

RNCP 36982 - Code Diplôme : 16X32003 - Titre de Niveau 7

(TOTAL : 495 heures)

SUITE ADOBE - ILLUSTRATOR ET PHOTOSHOP	14
Comprendre les fonctionnalités des logiciels ILLUSTRATOR et PHOTOSHOP et maîtriser les barres de menu, d'options et d'outils dédiés - Maîtriser les modes d'impression Bitmap ou Vectoriel, les modes colorimétriques : RVB, CMJN - Création des fondamentaux, des dessins (utilisation du pinceau, crayon, plume,...), des graphiques et des textes - Etre en capacité de concevoir une plaquette, un logo et un dessin - Maîtriser les différents modalités d'enregistrement de base et formats destinés à l'impression papier et des formats destinés au Web -	
STRATEGIE DE MARQUE SUR LE WEB	28
Comprendre la puissance de la marque dans ses différentes dimensions et dans une stratégie globale - Réaliser un audit de marque sur le digital - Développer une stratégie de marque sur le digital efficiente en fonction du secteur et de l'histoire de la marque - Développer une stratégie de communication digitale cohérente.	
CHEF DE PRODUIT & QUALITE	18
Comprendre les enjeux et le périmètre d'activités du métier de chef de produit quelles que soient les spécificités de son secteur - Maîtriser les outils stratégiques et de reporting d'un chef de produit - Coordonner la stratégie produit et marque avec l'ensemble des intervenants de la chaîne de valeur - Maîtriser les différents panels consommateurs & distributeurs - Etre en capacité d'analyser les données issues des panels.	
ELEMENTS DE GESTION ET DE COMPTABILITE POUR MANAGER	22
Maîtriser les éléments fondamentaux de gestion et de comptabilité pour un manager - Connaître les réglementations en vigueur au niveau comptable, fiscalité et de la politique sociale - Maîtriser les différentes taxations en vigueur en fonction des activités.	
COMMUNITY MANAGEMENT & STRATEGIE DE CONTENU POUR LES RESEAUX SOCIAUX	26
Auditer la stratégie de contenu sur les réseaux sociaux d'une organisation - Elaborer une stratégie de contenu au vu de la problématique de la marque et ou de l'organisation - Analyser les stratégies de <i>bad buzz</i> - Maîtriser les stratégies de <i>bad buzz</i> - Identifier le process d'une stratégie réussie - Maîtriser les nouveaux formats sur les réseaux sociaux - Analyser les KPI et le suivi des taux d'engagement.	
ELEMENTS DE PROGRAMMATION - BOOTSTRAP	22
Etre en capacité de réaliser des pages Web responsive - Développer le webdesign du site internet - Maîtriser les composants et les plug-ins du framework Bootstrap.	
RENCONTRES PRIVILEGES DU DIGITAL	16
Ce module a pour enjeu de permettre aux étudiants de rencontrer différents professionnels inspirants du digital et issus de différents univers, structures et spécialisations pour mieux comprendre leurs métiers, les problématiques rencontrées et les stratégies mises en place.	
SITE E COMMERCE ET PRESTASHOP	22
Comprendre l'enjeu d'un site E-commerce et ses problématiques en termes de sécurisation des données, des transactions et des achats - Apprendre à créer son site e-commerce / e-boutique.	
REFERENCEMENT APPROFONDI	22
Développement de la stratégie de référencement d'une structure : passage de la certification niveau 1 de Google Adwords	
HTML NIVEAU EXPERT	18
Maîtriser le langage HTML au niveau expert - Etre en capacité de concevoir un site internet en HTML.	



PPA - 5e Année - Communication
Titre préparé : Manager des Stratégies Communication Marketing -
RNCP 36982 - Code Diplôme : 16X32003 - Titre de Niveau 7
(TOTAL : 495 heures)

WEB ANALYTICS	22
Comprendre le comportement des visiteurs et internautes sur les sites internet - Identifier et analyser les KPI d'audience - Etre en capacité de pouvoir concevoir des recommandations adaptées pour des meilleures audiences - Passage de la certification Google Analytics 1.	
JAVASCRIPT	22
Apprendre les bases de la programmation Javascript - Etre en capacité d'intégrer des éléments dynamiques (questions , vidéos , images) intégrés dans le langage HTML et CSS.	
BUSINESS ENGLISH	28
Evaluation des compétences en Anglais des affaires - Usage de l'anglais dans toutes situations professionnelles.	
ANGLAIS - PREPARATION TOEIC	23
Acquérir et renforcer les outils de communications linguistiques (grammaticales et lexicales) visant à obtenir un niveau satisfaisant à l'examen du TOEIC - Mobiliser ses connaissances et compétences dans un contexte pluriculturel - Exercices listening et reading.	
OUTILS BUREAUTIQUE MARKETING - EXCEL	13
Acquérir un niveau d'expertise élevé sur le logiciel Excel à des fins de recueil, exploitations et analyse de données : tris croisés, univariés, tableaux croisés dynamiques.	
MEMOIRE - RECUEIL ET ANALYSE DE DONNEES	20
Les étudiants vont devoir réaliser un mémoire de recherche. Dans ce cadre, ils devront choisir un thème, une problématique afin d'identifier des hypothèses de traitement et d'analyse de données. Ils devront mettre en place une méthodologie d'exploration, de recueil et d'analyse de données. Ils devront appréhender les codes et la méthodologie d'un mémoire de recherche	
FOAD	51
Cf programme FOAD	
Nombre total d'heures	495 h



4e Année + 5e Année ICC - Détail des modules de FOAD (E-learning)	
<u>DEVELOPPEMENT PERSONNEL :</u> Développer sa créativité Prendre des décisions Gérer son stress	6 h
<u>MANAGEMENT DE PERSONNEL :</u> Evaluer ses collaborateurs Apprendre à déléguer Prendre une fonction de manager Réussir ses entretiens de management	6 h
<u>STRATEGIE :</u> Apprendre les fondamentaux de la stratégie d'entreprise Maîtriser les fondamentaux de la stratégie de groupe Repenser sa stratégie grâce à la théorie des ressources Responsabilité de l'entreprise / Développement durable	6 h
<u>MANAGEMENT DE PROJET :</u> Manager son projet	8 h
<u>MANAGEMENT D'EQUIPES :</u> Animer des réunions efficaces Développer l'orientation-client de son équipe Gérer les conflits Manager le progrès et l'innovation dans son équipe	15 h
<u>RESSOURCES HUMAINES :</u> Maîtriser les relations sociales en entreprise Prévenir et gérer les conflits sociaux	14 h
<u>EFFICACITE PROFESSIONNELLE :</u> Mieux gérer son temps	7 h
<u>COMMUNICATION :</u> Réussir sa prise de parole en public	4 h
<u>LANGUES VIVANTES :</u> Anglais Espagnol ou Allemand ou Italien ou Chinois	20 h
Nombre total d'heures	86 h

Note : ce document n'est pas contractuel et peut faire l'objet de modifications afin de répondre à des impératifs d'ordre pédagogique.

CONVENTION RELATIVE A UNE FORMATION RELEVANT D'UN TITRE INSCRIT AU R.N.C.P.

MSCM

ENTRE-LES SOUSSIGNES :

SCIENCES-U LILLE, SAS,

159-161-163, boulevard de la Liberté - 59000 Lille

SIREN : 399 553 130 RCS Lille Métropole

Représentée par **Monsieur Christophe FELIDJ**, représentant de la Société SCIENCES-U LILLE, en sa qualité de Directeur Qualité et Accréditation, ayant tout pouvoir à l'effet des présentes,

ci-après dénommée « **LE TITULAIRE** »,
d'une part,

ET

INSTITUT SUPERIEUR d'INFORMATIQUE ET DE MANAGEMENT DE L'INFORMATIQUE (ISIMI), SAS,

85, avenue Pierre Grenier – 92100 Boulogne-Billancourt,

SIREN : 330 178 666 RCS Nanterre

Intervenant au titre de son établissement sis : 5, rue Lemaignan – 75014 Paris,

Immatriculé sous le n° SIRET 330 178 666 00054

Représentée par **Monsieur Christophe FELIDJ**, représentant de la Société ISIMI, en sa qualité de Directeur Qualité et Accréditation, ayant tout pouvoir à l'effet des présentes,

ci-après dénommée « **LE PARTENAIRE** »,
d'autre part.

Ensemble ci-dessous dénommées « **les Parties** » et individuellement « **la Partie** ».

IL EST PREALABLEMENT EXPOSE CE QUI SUIT :

1. Définitions :

Pour l'application de la présente Convention, les termes figurant ci-après auront le sens suivant :

- Le **Candidat** : Personne physique valablement inscrite auprès du Partenaire en vue de suivre la Formation.
- La **Certification** : Désigne, au terme de la formation, la réussite des candidats aux évaluations et épreuves, elle est attribuée par le Jury et formalisée par la remise d'un document (le « Parchemin ») attestant de l'obtention du Titre.
- La **Formation** : Désigne toute promotion ou session de formation de type organisée par le Partenaire dans le respect du Référentiel attaché au Titre, en vue de l'obtention de la Certification.
- Le **Référentiel** : Désigne le contenu rédactionnel figurant au Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis, ainsi que dans le Résumé descriptif de la certification, tels que figurant sur le site de France Compétence.
- Le **RNCP** : Désigne par abréviation le Répertoire National des Certifications Professionnelles.
- Le **Titre** : Désigne l'intitulé de la certification professionnelle tel qu'enregistrée au répertoire national des certifications professionnelles, avec mention du code de la nomenclature des spécialités de formation, du niveau et de la durée, et publiée au Journal Officiel par Arrêté ministériel.

2. Exposé :

Le Titulaire et le Titre sont enregistrés au RNCP, le premier en qualité d'organisme certificateur, le second en qualité de titre certifié sous les références rappelées aux Conditions Particulières ci-après.

Le Titulaire détient l'ensemble des droits relatifs au Titre, en ce y compris le droit d'exploitation et de délivrance de la certification sanctionnant la réussite à la Formation.

Une convention de partenariat relative à une formation relevant du titre « **Manager des Stratégies Communication Marketing (MSCM)** » inscrit au R.N.C.P a été signée par les parties le **10 mars 2020**. La présente convention vient se substituer à celle qui avait été préalablement signée à compter du **24 octobre 2022**.

EN CONSEQUENCE DE QUOI IL EST CONVENU ET ARRETE CE QUI SUIT :

A - CONDITIONS GENERALES

ARTICLE 1 - OBJET

1.1 - Le partenariat porte sur la concession au droit du partenaire d'organiser des parcours de formation conduisant à la certification visée et la concession du droit au partenaire d'organiser les épreuves conduisant à la certification visée.

Le Titulaire, aux conditions et modalités ci-après, concède temporairement et personnellement au Partenaire un droit d'exploitation incessible et non exclusif du Titre.

A ce titre :

- Le Partenaire met en œuvre la commercialisation de la formation, assure son organisation administrative, technique et pédagogique.
- Le Titulaire met en œuvre l'assistance préalable au profit du Partenaire, réalise les contrôles de la formation dispensée, atteste des acquis des compétences des candidats en délivrant le cas échéant la Certification.

1.2 - La présente convention couvre l'exploitation en formation initiale, contrat de professionnalisation, Reconversion ou promotion par alternance (Pro-A), contrat d'apprentissage ou Contrat de sécurisation professionnelle (CSP), en mode hybride (présentiel + e-learning). Toute autre utilisation, comme la VAE ou la FPC, est soumise à autorisation écrite et préalable du Titulaire.

Toute exploitation :

- sous forme distantielle,
- sous forme de modules, blocs de compétence ou autres extraits du Titre,

est interdite.

ARTICLE 2 – MISE EN ŒUVRE DE LA FORMATION

2.1 – TRANSMISSION DES INFORMATIONS PREALABLES

Le Titulaire fournit les éléments relatifs au Titre, au contenu de la Formation et aux conditions d'obtention de la Certification, et de façon générale apporte au Partenaire l'appui technique nécessaire au montage et à la réalisation de la Formation.

Le Titulaire désigne l'interlocuteur du Partenaire dont les coordonnées sont précisées aux conditions particulières ci-après. Cet interlocuteur représente le Titulaire auprès du Partenaire, notamment au sein du Comité de Pilotage.

2.2 – ORGANISATION DE LA FORMATION

Le Partenaire est l'opérateur de la Formation, il assure en conséquence le recrutement des candidats, le recrutement des intervenants et formateurs, la conception des cours, le placement et suivi des jeunes en entreprises, les relations avec les organismes de tutelle, etc. et ce dans les conditions ci-après.

Le Partenaire s'engage en conséquence à mettre en place les moyens nécessaires, notamment humains, pour l'exploitation et le développement des formations portant sur le Titre objet des présentes.

Le Partenaire s'engage à communiquer au Titulaire tout document relatif à son organisation et à opérer si nécessaire toute modification de sorte à être en conformité avec le Référentiel.

Il s'engage également à transmettre au Titulaire, pour information et validation, tout support de communication faisant référence au Titre.

Le Partenaire s'engage à mentionner le Titre certifié à son catalogue ainsi qu'à effectuer pour cette Formation les actions de communication (presse, site Internet, salons notamment) au même niveau que ses autres formations, proportionnellement à leur importance dans son offre de formation.

Les frais afférents aux actions de communication de chacune des Parties sont pris en charge par la Partie concernée, exception faite des campagnes concertées de communication communes, pour lesquelles le coût est réparti d'un commun accord, tout support écrit en attestant.

2.3 – COMITE DE PILOTAGE, REFERENT COMMERCIAL ET REFERENT PEDAGOGIQUE

Pour faciliter la coopération entre le Titulaire et le Partenaire et, le cas échéant, le transfert de technologies et de compétences, un Comité de Pilotage est mis en place. En sont membres les personnes désignées aux conditions particulières ci-après.

Ce Comité se réunit une fois par an. Les réunions se tiennent alternativement dans les locaux du Titulaire et du Partenaire selon un calendrier convenu. Dans l'hypothèse où le Partenaire disposerait de plusieurs sites le Titulaire pourra demander au Partenaire de regrouper en un site lesdites réunions. Les réunions peuvent se réaliser en distanciel, sous forme de visioconférences, lorsque cela est nécessaire.

Les comptes rendus de ce Comité, une fois approuvés par les deux Parties, feront partie intégrante de la présente convention.

Le Partenaire désigne parmi l'équipe chargée de la Formation un Référent Commercial et un Référent Pédagogique. Une seule et même personne est susceptible d'assurer ces deux fonctions. Le Partenaire informe sans délai le Titulaire de toute modification les concernant (identité, téléphone...).

Le Référent Commercial a pour tâche de manager la relation avec les entreprises d'accueil des personnes suivant la formation portant sur le Titre. Il identifie, sélectionne et recrute les entreprises d'accueil et les stagiaires potentiels.

Le Référent Pédagogique a pour tâches de s'assurer de la compétence des intervenants et formateurs, du respect du Référentiel, et de façon générale être l'interlocuteur des personnes participant ou suivant la Formation.

Le Titulaire informe le Référent Commercial sur le mode de commercialisation du Titre : argumentaire commercial (en termes de contenu pédagogique, de modalités de financement), ciblage, etc.

Le Titulaire informe le Référent Pédagogique sur le contenu de la formation, les supports de cours, la typologie des animateurs, les modalités d'examen et de validation de la Formation.

2.4 – ADMISSION DES CANDIDATS

Le recrutement des candidats est organisé selon les prescriptions précisées dans la fiche RNCP publiée par France Compétences et détaillé dans le kit pédagogique qui sera remis lors du déploiement. Le Partenaire s'engage à soumettre au Titulaire tout profil de candidat ne satisfaisant à l'intégralité des prérequis définis par le Titulaire. Ce dernier accorde ou non une dérogation au Partenaire pour intégrer le candidat à sa formation et le préparer au titre.

La préparation au titre peut se faire en 1 ou 2 ans en fonction du niveau de formation et d'expérience à l'entrée de formation :

- Pour une intégration en 1^{ère} année du cursus de formation (formation de deux ans) : La formation est ouverte à des titulaires d'un diplôme d'état de niveau licence ou bachelor / d'une certification de niveau 6 enregistrée au RNCP ou d'un titre français ou étranger équivalent admis en dispense,
- Pour une intégration en 2^{ème} année du cursus de formation (formation d'un an) : La formation est ouverte à des titulaires d'un diplôme d'état de niveau licence ou bachelor / d'une certification de niveau 6 enregistrée au RNCP ou d'un titre français ou étranger équivalent admis en dispense et disposant de 240 crédits ECTS validés ou aux titulaires dotés d'une expérience professionnelle en rapport avec le domaine de compétences d'un an.

2.5 – CONTRÔLE DE LA CERTIFICATION ET DE LA FORMATION

Le Titulaire exerce le contrôle de la certification et de la formation, et particulièrement les points suivants :

- Prérequis des candidats retenus,
- Personnels, prestataires ou sous-traitants mobilisés par le Partenaire pour dispenser la formation,
- Enseignements, supports, syllabi et méthodes pédagogiques utilisés en vue de l'acquisition et de la maîtrise des compétences.
- Modalités d'évaluation (sujets, grilles d'évaluation) ;
- Tableau des effectifs (cf. Tableau **ANNEXE D**) ;
- Planning de formation ;
- Feuilles d'émargement ;
- Supports de communication du partenaire.

Le Titulaire effectue au moins une (1) visite distancielle ou physique sur le ou les sites du Partenaire, pour valider les procédures commerciales et le respect des procédures administratives et pédagogiques applicables.

2.6 – TRANSMISSION DES DONNEES RELATIVES AUX CANDIDATS

Le Partenaire, pour chaque promotion, transmet au Titulaire dans le format électronique approprié :

- Les dossiers de candidature et grille des tests d'admission (cf. tableau **ANNEXE C**) ;
- Les dossiers d'inscription des candidats ;
- Les relevés d'évaluation et les appréciations relatives à l'acquisition des compétences ;
- Le tableau général synthétisant l'ensemble des appréciations/notes obtenues pendant la formation ;
- Les comptes rendus pédagogiques ;
- Le suivi des candidats en entreprise (cf. tableau **ANNEXE E**) ;
- Les évaluations de satisfaction des candidats (cf. **ANNEXE G**) ;
- Toute information relative à la formation et aux Candidats.

L'ensemble de ces éléments (hors comptes rendus des réunions pédagogiques) constitue le dossier présenté au jury pour l'attribution de la Certification.

2.7 – MODALITES D'EVALUATION

Les définitions du référentiel d'emploi ainsi que des compétences attendues pour l'obtention du Titre sont celles figurant au Référentiel **ANNEXE B1 ci-après**, telles que rappelées dans le Référentiel d'évaluation figurant en **ANNEXE B2 ci-après** et sur le site de France Compétences.

Le Titulaire vérifie que les évaluations des compétences -partielles, modulaires ou finales- transmises par le Partenaire sont conformes aux exigences convenues et notamment au Référentiel.

Il contrôle la nature des stages, missions et périodes en entreprise effectués par les Candidats, ceux-ci devant correspondre à l'objectif professionnel visé par le Référentiel, ceci notamment en joignant à la convention de stage une fiche de mission dans laquelle l'entreprise d'accueil précise la nature et les objectifs du stage réalisé, les moyens - entre autre techniques - mis à disposition du stagiaire, etc.

Le Titulaire peut participer aux bilans pédagogiques organisés par le Partenaire.

2.8 – JURY DE CERTIFICATION

Les acquis sont évalués et validés par un Jury désigné et organisé par le Titulaire en sa qualité de certificateur, selon les modalités et les critères définis. Un membre désigné par le Partenaire peut siéger à titre consultatif.

La Certification est attribuée par le Jury, au nom du Titulaire, aux Candidats dont les résultats sont conformes aux modalités et critères définis dans le Résumé descriptif de la certification.

Le Titulaire s'engage à délivrer la Certification objet des présentes à tout Candidat présenté par le Partenaire qui aura satisfait aux exigences énoncées précédemment.

ARTICLE 3 – PLACEMENTS ET SUIVI DE L'INSERTION, DISPOSITIF DE VEILLE

Le Titulaire rappelle au Partenaire que la finalité d'un titre enregistré au RNCP est l'accès immédiat à l'emploi dans les fonctions et métiers auquel il prépare, et ce dans une proportion minimum de 80% des titulaires de la certification.

Le Partenaire s'engage à réaliser annuellement pour chaque session, une enquête exhaustive d'insertion des Candidats ayant obtenu la Certification aux échéances suivantes :

- 6 mois après la fin de l'action de formation ;
- tous les 2 ans après la fin de l'action de formation, sur les 5 dernières cohortes ;
- En cas de contrôle de France Compétences ou de renouvellement du titre.

Et ce même en cas de résiliation de la présente convention.

Conformément notamment aux exigences attachées à l'enregistrement du Titre au RNCP, il s'engage également à communiquer au Titulaire les résultats de cette enquête, selon le modèle de reporting transmis (**ANNEXE F**). A défaut d'avoir réalisé cette enquête, le Titulaire sera dans l'obligation de la réaliser lui-même pour satisfaire aux exigences de la CNCP, le Titulaire facturera alors la somme de 50€ HT au Partenaire pour chaque bénéficiaire de la formation.

Le Titulaire peut réaliser une enquête d'insertion sous la forme d'un sondage auprès d'un échantillon de Candidats ayant obtenu la Certification.

Le Titulaire rappelle au Partenaire que les métiers dans lesquels sont insérés les Candidats doivent majoritairement être en adéquation avec les métiers ciblés définis à l'article 2 de la présente convention, de même que les niveaux de salaires relevés, dans la mesure où il s'agit là d'un des principaux critères retenus par la CNCP pour le processus d'enregistrement du Titre au RNCP et son renouvellement.

Le Partenaire reconnaît à ce sujet que toute carence d'information, d'insuffisance d'insertion professionnelle à l'issue de la formation ou d'inadéquation des emplois et des salaires avec les métiers ciblés, peuvent constituer pour le Titulaire un motif de résiliation de plein droit de la présente convention, s'agissant d'une condition substantielle de cette dernière.

ARTICLE 4 – DISPOSITIONS DIVERSES

4.1 - Non-concurrence

Le Partenaire s'interdit d'exploiter, promouvoir ou diffuser de quelque manière que ce soit des produits concurrents à la formation portant sur le Titre certifié dont l'exploitation est concédée :

- Jusqu'au terme complet de ce partenariat plus une période de deux ans ;
- Sur la zone géographique correspondant au déploiement de la formation, numéro SIRET pour lequel la présente convention a été établie.

4.2 – Clause de non-sollicitation des collaborateurs

Par ailleurs, Le Partenaire s'interdit tout recrutement d'un collaborateur présent ou futur du Titulaire.

L'interdiction s'applique également si le recrutement envisagé fait suite à une sollicitation première d'un membre du personnel du Titulaire.

La présente clause vaudra, quelle que soit le poste et le domaine du collaborateur en cause, et même dans l'hypothèse où la sollicitation serait à l'initiative dudit collaborateur.

L'interdiction s'applique pendant toute l'exécution du présent contrat et pendant une durée d'un an à compter de la cessation du contrat, quelle qu'en soit la cause.

En cas de violation de son obligation de non-sollicitation d'un collaborateur, Le Partenaire serait automatiquement redevable vis-à-vis du Titulaire d'une somme égale aux 12 derniers mois de la rémunération mensuelle brute versée par Le Titulaire au collaborateur ainsi débauché.

4.3 - Respect du savoir-faire et de la clientèle

Le Titulaire :

- A un droit d'accès aux coordonnées des entreprises clientes de la Formation ;
- S'engage à ne pas approcher ces entreprises sur des offres concurrentes de celles du Partenaire ;
- Intègre automatiquement les candidats du Partenaire ayant validé le Titre comme membres de l'association des anciens titrés.

4.4 – Qualité

Le Partenaire apporte la preuve :

- De l'obtention du certificat national qualité Qualiopi ;
- Ou de la mise en œuvre d'un système qualité en vue de l'obtention du certificat national qualité.

ARTICLE 5 – DUREES

5.1 – DUREE DE LA CONVENTION PROPREMENT DITE :

La présente convention prend effet au jour de sa signature et se termine à la fin de la formation du dernier Candidat inscrit au titre de la présente convention pédagogique. On entend par fin de formation soit à l'obtention de la Certification par le dernier Candidat, soit à l'abandon de sa formation, soit à son échec définitif à la Certification.

Elle sera tacitement reconduite, à sa première échéance puis aux suivantes, et sous la réserve stipulée ci-dessous, pour une nouvelle période de douze (12) mois, sauf en cas de dénonciation, par l'une ou l'autre des Parties, faite par lettre recommandée avec accusé de réception au plus tard 8 mois avant la prochaine session.

Pendant cette période les Parties resteront liées par leurs engagements réciproques.

Lors du renouvellement du Titre, les effets de la présente convention se poursuivent et seront confirmés par la rédaction d'une nouvelle convention.

5.2 – PERIODE OUVRANT DROIT A INSCRIPTION DE CANDIDATS A LA FORMATION :

Parallèlement à la durée ci-dessus, à partir du jour de la signature des présentes Le Partenaire a :

a) le droit de décider de l'ouverture d'une Formation avec effet à la rentrée suivante. La décision doit être prise et signifiée au Titulaire au plus un mois avant le début de la formation.

Le droit de décider de l'ouverture d'une formation se renouvelle par tacite reconduction, si aucune des parties ne renonce à son droit ou ne manifeste son désaccord, dans ce cas par lettre recommandée avec accusé de réception conformément aux modalités décrites dans l'article 6.1 ci-dessous.

Le droit à ouverture de formation cesse de droit au terme de la validité du titre.

b) la possibilité d'inscrire des Candidats à toute Formation valablement ouverte, dans la limite de 2 mois après le début de la formation.

ARTICLE 6 – RESILIATION

6.1 - En tout état de cause, la présente convention cesse le jour de la certification du dernier candidat inscrit avant la date de fin de validité du Titre.

Elle peut être également résiliée en cas :

- De non-respect par Le Partenaire d'une quelconque des stipulations ou obligations figurant dans la présente convention ;
- D'action ou de non-action du Partenaire nuisant à la réputation du Titre ou du Titulaire ou susceptible d'en empêcher ou d'en compromettre le renouvellement ;
- De non-paiement de tout ou partie des sommes dues.

La résiliation est effective à l'issue d'une période de trente (30) jours francs après une mise en demeure formulée par courrier recommandé avec accusé de réception, non suivi d'effet dans ce délai.

Toute demande de résiliation doit impérativement être adressée à l'adresse mentionnée ci-dessous :

GIE réseau GES - Direction Qualité, Accréditations et Partenariats – 64, rue du Ranelagh - 75016 Paris

6.2 - En cas de résiliation il est fait interdiction au Partenaire de débiter une nouvelle session et d'inscrire tout nouveau candidat.

Il est précisé en tant que de besoin que toute Formation débutée avant la date de première présentation de ladite dénonciation sera poursuivie jusqu'à son terme, Le Partenaire ne pouvant à compter de cette date, débiter de nouvelles sessions de formation relative au Titre, ni inscrire de nouveaux candidats.

ARTICLE 7 – PROPRIETE

Le Titre, les modalités d'organisation de la formation y attachée et sa documentation sont et restent la propriété exclusive du Titulaire, ceci sans limitations de quelque nature que ce soit, notamment de durée. Le Partenaire s'engage à respecter et à faire respecter ces droits pendant toute la durée du contrat et deux ans après sa fin.

Le Partenaire s'interdit au terme du contrat et jusqu'au deuxième anniversaire de ce terme :

- de dispenser des formations identiques ou similaires à celles relevant du Titre, notamment en utilisant la méthodologie ou des outils dérivés de la Formation, ni déposer de demande certification identique ou similaire ;
- d'utiliser les cohortes de candidats certifiés du Titre dans le cadre d'un enquête d'insertion demandée par France Compétences à d'autres fins que celles du Titulaire.

ARTICLE 8 – DONNEES PERSONNELLES

Le Partenaire et le Titulaire mettent en œuvre toutes voies et moyens afin d'être en conformité avec le Règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données.

En conséquence, les parties exercent une responsabilité conjointe dans l'exploitation de la base de données étudiants créée par le Partenaire et de la base de données créée par le Titulaire.

Les candidats sont informés dès leur inscription chez le Partenaire du transfert de leurs données à caractère personnel de la base de données tenue par le Partenaire vers la base de données tenue par le Titulaire, ainsi que de l'ensemble de leurs droits et des moyens de les exercer pendant leur scolarité. A ce titre, le partenaire doit disposer du consentement desdits candidats conformément au RGPD. Charge reste au Titulaire de les en informer après transfert de leurs données vers sa base.

Le Partenaire et le Titulaire s'autorisent à utiliser les bases de données étudiants et diplômés conjointement ou séparément, pour les finalités suivantes :

- informer les étudiants sur la formation,
- convoquer les étudiants en jury,
- réaliser et imprimer les parchemins certifiant la réussite aux examens,
- proposer aux étudiants et diplômés des événements organisés par le réseau (telles que conférences, soirées, webinars, ateliers carrière, etc.) en France et à l'international ;
- établir des enquêtes statistiques portant sur le suivi et le devenir professionnel des étudiants.

Toute extraction, utilisation ou exploitation des bases de données pour d'autres finalités devra faire l'objet d'un accord entre le Partenaire et le Titulaire.

Dès lors, les parties s'engagent à :

1. traiter les données uniquement pour la ou les seule(s) finalité(s) visées ci-dessus ;
2. traiter les données conformément aux instructions documentées des parties. Si une des parties considère qu'une instruction constitue une violation du RGPD ou de toute autre disposition du droit de l'Union ou du droit français relative à la protection des données, il en informe immédiatement l'autre partie ;
3. garantir la confidentialité des données à caractère personnel traitées dans le cadre des présentes ;
4. veiller à ce que les personnes autorisées à traiter les données à caractère personnel en vertu des présentes :
 - s'engagent à respecter la confidentialité ou soient soumises à une obligation légale appropriée de confidentialité,
 - reçoivent la formation nécessaire en matière de protection des données à caractère personnel ;
5. prendre en compte, s'agissant de ses outils, produits, applications ou services, les principes de protection des données dès la conception et de protection des données par défaut.
6. mettre à disposition de l'autre la documentation nécessaire pour démontrer le respect de toutes ses obligations et pour permettre la réalisation d'audits.
7. mettre en œuvre les mesures de sécurité conformément à l'article 32 du RGPD.

Il appartient aux parties de fournir l'information aux personnes concernées par les opérations de traitement au moment de la collecte des données.

Dans la mesure du possible, les parties doivent s'acquitter de leur obligation de donner suite aux demandes d'exercice des droits des personnes concernées : droit d'accès, de rectification, d'effacement et d'opposition, droit à la limitation du traitement, droit à la portabilité des données, droit de ne pas faire l'objet d'une décision individuelle automatisée (y compris le profilage).

Au terme de la relation contractuelle, les parties s'engagent à détruire toutes les données à caractère personnel.

B - CONDITIONS PARTICULIERES

ARTICLE 1 – DESIGNATION DU TITRE CERTIFIE

La présente convention porte sur la certification intitulée « **Manager des Stratégies Communication Marketing (MSCM)** » (**RNCP 36982 – niveau 7**), dont le Titulaire est le déposant et auteur (**ANNEXE A**), enregistré au Registre National des Certifications Professionnelles (RNCP) par décision en date du 26 octobre 2022 et en cours de publication au Journal Officiel par Arrêté ministériel ; ou sur tout renouvellement ultérieur de certification sur ce même titre.

ARTICLE 2 – TERRITOIRE RELATIF AU RECRUTEMENT DES CANDIDATS

Le Titulaire consent au Partenaire le droit de recruter des candidats dans un territoire géographiquement non limité.

ARTICLE 3 – LIEU DE FORMATION

Le Partenaire peut exploiter le Titre exclusivement au sein de l'établissement pour lequel la présente convention a été conclue. L'exploitation pourra être réalisée en mode présentiel dans l'Etablissement de formation et/ou en mode hybride (présentiel + e-learning).

ARTICLE 4 – DESIGNATION DES REFERENTS

Le référent commercial et le référent pédagogique, ainsi que les membres du comité de Pilotage sont désignés par le Partenaire. Ce dernier informe le Titulaire de tout changement.



C – DISPOSITIONS FINALES

ARTICLE 1 : INTEGRALITE DU CONTRAT

Les Parties reconnaissent que la présente convention et ses annexes constituent l'intégralité de l'accord conclu entre elles et se substitue à toute offre, disposition ou accord antérieurs, écrits ou verbaux relativement à l'objet précité.

ARTICLE 2 : TITRES- NULLITE D'UNE CLAUSE - TOLERANCE

En cas de difficulté d'interprétation entre l'un quelconque des titres d'article et l'une quelconque des clauses, les titres seront déclarés inexistants. Si une clause de la Convention ou d'une Annexe est déclarée nulle, elle sera réputée non écrite, sans entraîner la nullité des autres dispositions de la Convention par lesquelles les Parties resteront engagées l'une envers l'autre.

En aucun cas, et quelle que soit sa durée et son importance, une tolérance du fait de l'une des Parties, par dérogation à une disposition de la Convention, ne constituera un droit acquis au profit de l'autre Partie.

Toute stipulation désignée comme devant survivre à une résiliation ou à une expiration, demeureront en vigueur après la résiliation ou l'expiration de la Convention.

ARTICLE 3 : FORCE MAJEURE

Aucune des deux Parties ne sera tenue responsable vis-à-vis de l'autre de la non-exécution ou des retards dans l'exécution d'une obligation de la présente convention qui seraient dus à la survenance d'un cas de force majeure.

ARTICLE 4 : CESSIBILITE

La présente convention, et tout autre contrat qui aurait force d'exécution en vertu des présentes, ne pourra être cédée par le Partenaire à quelque titre que ce soit, ni à des tiers, ni même partiellement.

Le Titulaire se réserve le droit de transférer ou de faire transférer tous les droits relatifs au Titre. Dans ce cas le contrat se poursuit normalement entre le Partenaire et le nouveau Titulaire.

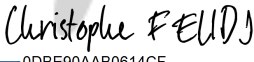
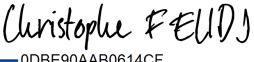
ARTICLE 5 : LANGUE ET DROIT DU CONTRAT

Le présent Contrat est écrit en langue française et régi par le droit français, nonobstant toute règle de conflit française donnant compétence à une règle de droit ou juridiction étrangère.

ARTICLE 6 : TRIBUNAUX COMPETENTS

A défaut d'accord amiable entre les Parties pour tous différends survenant entre elles au sujet de l'interprétation, de l'exécution ou de la résiliation du Contrat, les tribunaux de PARIS seront seuls compétents, nonobstant appel en garantie ou pluralité de défendeurs.

Fait à **Lille**, le 2/12/2022

Le TITULAIRE, Représenté par M. Christophe FELIDJ	DocuSigned by:  0DBE90AAB0614CF...
Le PARTENAIRE, Représenté par M. Christophe FELIDJ	DocuSigned by:  0DBE90AAB0614CF...

ANNEXE A**DÉCISIONS D'ENREGISTREMENT AUX RÉPERTOIRES NATIONAUX**

Le 24 octobre 2022

Vu l'article 31 de la loi du 5 septembre 2018 relative à la liberté de choisir son avenir professionnel ;

Vu le décret n° 2018-1172 du 18 décembre 2018 relatif aux conditions d'enregistrement des certifications professionnelles et des certifications et habilitations dans les répertoires nationaux modifié par le décret n° 2021-389 du 2 avril 2021 relatif aux conditions d'enregistrement des certifications professionnelles et des certifications et habilitations dans les répertoires nationaux ;

Vu le décret n°2019-14 du 8 janvier 2019 relatif au cadre national des certifications professionnelles ;

Vu l'arrêté du 4 janvier 2019 fixant les informations permettant l'enregistrement d'une certification professionnelle ou d'une certification ou habilitation dans les répertoires nationaux au titre des procédures prévues aux articles L. 6113-5 et L. 6113-6 du code du travail ;

Vu l'avis de la Commission de la certification professionnelle en date du 21 octobre 2022 ;

Le directeur général de France compétences,

Décide**Article n°1**

Les certifications professionnelles ci-dessous énumérées sont enregistrées au répertoire national des certifications professionnelles avec mention du niveau, du code de la nomenclature des spécialités de formation et pour la durée indiquée :

Intitulé de la certification	Organisme (s) certificateur (s)	Durée (en années)	Niveau de qualification	Code NSF
Consultant en business analyse	ESIEE IT - CCI Paris-ile-de France	3 ans	7	310
Dirigeant d'entreprise de l'économie sociale et solidaire	FAIRE ESS	1 an	7	310
Manager communication d'entreprise	NEOMA Business School	3 ans	7	320m

6, rue du Général Audran - 92400 Courbevoie
Tél : 01 81 69 01 40
www.francecompetences.fr

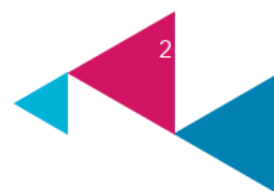
Autorité nationale de financement et de régulation
de la formation professionnelle et de l'apprentissage



Intitulé de la certification	Organisme (s) certificateur (s)	Durée (en années)	Niveau de qualification	Code NSF
Manager de la chaîne logistique et achats (MS)	Skema Business School	3 ans	7	311
Manager de la communication	Institut supérieur de communication et publicité - Eduservices	5 ans	7	320n
Manager de la création et du design de marque	Institut supérieur de communication et publicité - Eduservices	2 ans	7	320n
Manager de projets digitaux en UX Design	Institut de communication appliquée	3 ans	7	134 320
Manager des ressources humaines	Talis compétences & certifications	2 ans	7	310 315 315t
Manager des stratégies communication marketing	Sciences-U Lille	3 ans	7	320
Manager du développement durable	Institut Léonard de Vinci	5 ans	7	310p
Manager du développement stratégique d'innovations technologiques responsables (MS)	Établissement d'enseignement supérieur consulaire Grenoble école de management	3 ans	7	310 315n 200w
Cadre opérationnel des bibliothèques et de la documentation	École nationale supérieure des sciences de l'information et des bibliothèques	3 ans	6	325
Chargé des ressources humaines	GROUPE IGS - CIEFA	3 ans	6	315
Chef de projet événementiel	L'institut de l'évènement	3 ans	6	310m 320m
CQP Chargé d'affaire en ingénierie énergétique	Commission paritaire nationale de l'emploi et de la formation professionnelle (CPNEFP) de la métallurgie – Union des industries métallurgiques et minières (UIMM)	3 ans	6	223 227
Manager commerce retail	Institut Carrel	2 ans	6	312

6, rue du Général Audran - 92400 Courbevoie
Tél : 01 81 69 01 40
www.francecompetences.fr

Autorité nationale de financement et de régulation
de la formation professionnelle et de l'apprentissage



ANNEXE B1 et B2

Répertoire national des certifications professionnelles

Manager des stratégies communication marketing

Active

Nomenclature du niveau de qualification : Niveau 7

Code(s) NSF :

- 320 : Spécialités plurivalentes de la communication et de l'information

Formacode(s) :

- 46301 : communication entreprise

- 34052 : marketing

Date d'échéance de l'enregistrement : 24-10-2025

N° de fiche

RNCP36982

CERTIFICATEUR(S)

Nom légal	SIRET	Nom commercial	Site internet
SCIENCES-U LILLE	39955313000044	EFFICOM	https://www.efficom.fr/ (https://www.efficom.fr/)

RÉSUMÉ DE LA CERTIFICATION

Objectifs et contexte de la certification :

Fonction essentielle dans toute organisation, la direction marketing et communication a vu son importance considérablement évoluer au cours des dernières décennies sous l'influence d'un environnement économique et technologique en profonde mutation.

Dans ce contexte, la certification de Manager des Stratégies Communication Marketing, vise à former des professionnels capables de se positionner à la croisée des enjeux relatifs à la transformation numérique des organisations, à la prise de conscience sociale et environnementale des consommateurs et à une exigence croissante de personnalisation de la relation.

Au service de la marque, et plus largement de l'organisation, le Manager des Stratégies Communication Marketing s'impose comme le garant de sa notoriété et de sa réputation. Il accompagne son développement et contribue à son rayonnement au sein d'espaces physiques aussi bien que digitaux.

Activités visées :

Réalisation d'un diagnostic interne et externe de la marque
 Audit du capital-marque
 Définition du positionnement de la marque
 Définition du marketing-mix
 Elaboration de la plateforme de marque et intégration d'une démarche RSE
 Collecte des données clients et prospects
 Exploitation des données et construction d'un référentiel client unique
 Gestion des risques de rupture dans le parcours d'achat consommateur
 Analyse et pilotage de la performance communication marketing
 Conception d'une stratégie communication marketing crosscanale
 Pilotage de la stratégie de contenu print et digital de l'organisation
 Développement de l'expérience utilisateur
 Accroissement de la notoriété de la marque
 Gestion de la e-réputation de la marque
 Gestion de crise
 Veille stratégique
 Pilotage organisationnel du service communication marketing
 Accompagnement de la montée en compétences des collaborateurs
 Coordination des prestataires externes
 Elaboration et suivi du budget des stratégies communication marketing déployées

Compétences attestées :

C1.1. Réaliser un audit stratégique de la marque en analysant ses forces et ses faiblesses et en mettant en exergue les opportunités et les menaces du secteur pour situer la marque dans son environnement concurrentiel et identifier les perspectives de développement commercial.

C1.2. Evaluer la symbolique du capitalmarque dans son univers concurrentiel en commanditant des enquêtes de satisfaction consommateurs pour mesurer sa valeur ajoutée de la marque et le degré d'attachement suscité.

C1.3. Définir le positionnement communication et marketing de la marque en tenant compte de son identité et en identifiant des axes de différenciation, d'attractivité et de crédibilité pour répondre aux objectifs stratégiques de l'organisation.

C1.4. Construire le marketing-mix de la marque en veillant à la cohérence des directives opérationnelles envisagées quant aux objectifs commerciaux poursuivis pour promouvoir la marque et accompagner son développement commercial.

C1.5. Elaborer la plateforme de marque en définissant l'histoire, la promesse, les codes graphiques, les valeurs et les engagements de la marque en y intégrant une dimension sociale et environnementale pour façonner son identité.

C2.1. Concevoir, en collaboration avec la direction des systèmes d'information, un système de collecte des données clients et prospects de la marque dans le respect du cadre légal et réglementaire pour élaborer une base qualifiée et ainsi améliorer la connaissance des cibles visées.

- C2.2. Elaborer un référentiel client unique en exploitant et en compilant l'ensemble des bases de données disponibles au sein de l'organisation pour optimiser l'impact des actions CRM mises en œuvre.
- C2.3. Anticiper et sécuriser les points de contact consommateur au sein du parcours d'achat en identifiant les risques de rupture et en déployant des solutions adaptées pour garantir le passage à l'acte.
- C2.4. Mesurer l'efficacité des stratégies communication marketing déployées en structurant les activités de reporting et en analysant les résultats autour d'indicateurs de performance adaptés pour accompagner le développement commercial de la marque.
- C3.1. Elaborer la stratégie marketing communication cross-canal de l'organisation en formalisant le plan communication marketing pour répondre aux objectifs commerciaux de l'organisation et créer de la valeur pour la marque.
- C3.2. Coordonner la stratégie éditoriale de l'organisation en définissant la charte et la ligne éditoriales des supports de communication pour garantir l'homogénéité des contenus produits et leur cohérence avec la stratégie de la marque.
- C3.3. Améliorer le parcours utilisateur en ligne et hors ligne, en collaboration avec la direction commerciale, en renforçant la dimension expérientielle pour fluidifier le parcours d'achat et accroître la satisfaction du consommateur.
- C3.4. Développer la notoriété de la marque en assurant son référencement sur internet et en déployant des stratégies d'influence pour accroître sa visibilité.
- C3.5. Veiller à la e-réputation de la marque en pilotant son identité numérique et en déployant une stratégie d'analyse des avis consommateurs on-line pour anticiper et prévenir les risques de survenance de « bad buzz ».
- C3.6. Piloter le dispositif de gestion des crises en menant des actions marketing et communication de prévention et le cas échéant, en mettant en œuvre des mesures correctives afin de limiter leurs effets sur l'image de la marque et l'activité de l'organisation.
- C4.1. Déployer une stratégie de veille permanente sur les sujets touchant aux évolutions juridiques, technologiques, sociales et environnementales inhérentes au marketing et à la communication pour détecter les nouvelles tendances en matière de consommation, s'approprier les avancées technologiques et identifier des opportunités de développement stratégiques.
- C4.2. Coordonner l'activité du service communication marketing en mettant en place une organisation basée sur des réflexes d'agilité et de créativité et en supervisant l'atteinte des objectifs quantitatifs et qualitatifs afin de mener à bien les projets communication marketing en cours.
- C4.3. Elaborer le projet de développement du service communication marketing en accompagnant la montée en compétences des collaborateurs pour favoriser l'implication et la motivation des équipes et accroître les performances du service.
- C4.4. Prendre en charge les relations avec les prestataires externes en identifiant les partenaires potentiels, en conduisant des négociations commerciales, en formalisant les cahiers de charges et en contrôlant la qualité des livrables pour garantir l'aboutissement des projets marketing et communication dans le respect des échéances et des contraintes budgétaires.
- C4.5. En collaboration avec la direction financière, établir et suivre le budget de fonctionnement alloué à la stratégie communication marketing pour optimiser l'allocation des ressources de l'organisation dans une logique de retour sur investissement

Modalités d'évaluation :

Etudes de cas
Projets professionnels
Mémoire de recherche appliquée
Soutenances orales

BLOCS DE COMPÉTENCES

N° et intitulé du bloc	Liste de compétences	Modalités d'évaluation
RNCP36982BC01 Conception de la stratégie de marque	C1.1. Réaliser un audit stratégique de la marque en analysant ses forces et ses faiblesses et en mettant en exergue les opportunités et les menaces du secteur pour situer la marque dans son environnement concurrentiel et identifier les perspectives de développement commercial. C1.2. Evaluer la symbolique du capital marque dans son univers concurrentiel en commanditant des enquêtes de satisfaction consommateurs pour mesurer sa valeur ajoutée de la marque et le degré d'attachement suscité. C1.3. Définir le positionnement communication et marketing de la marque en tenant compte de son identité et en identifiant des axes de différenciation, d'attractivité et de crédibilité pour répondre aux objectifs stratégiques de l'organisation. C1.4. Construire le marketing-mix de la marque en veillant à la cohérence des directives opérationnelles envisagées quant aux objectifs commerciaux poursuivis pour promouvoir la marque et accompagner son développement commercial. C1.5. Elaborer la plateforme de marque en définissant l'histoire, la promesse, les codes graphiques, les valeurs et les engagements de la marque en y intégrant une dimension sociale et environnementale pour façonner son identité.	Projet professionnel : Analyse d'une stratégie de marque
RNCP36982BC02 Gestion du système d'information communication marketing au service de la performance	C2.1. Concevoir, en collaboration avec la direction des systèmes d'information, un système de collecte des données clients et prospects de la marque dans le respect du cadre légal et réglementaire pour élaborer une base qualifiée et ainsi améliorer la connaissance des cibles visées. C2.2. Elaborer un référentiel client unique en exploitant et en compilant l'ensemble des bases de données disponibles au sein de l'organisation pour optimiser l'impact des actions CRM mises en œuvre.	Etude de cas : Analyse d'un système d'information communication marketing

	C2.3. Anticiper et sécuriser les points de contact consommateur au sein du parcours d'achat en identifiant les risques de rupture et en déployant des solutions adaptées pour garantir le passage à l'acte. C2.4. Mesurer l'efficacité des stratégies communication marketing déployées en structurant les activités de reporting et en analysant les résultats autour d'indicateurs de performance adaptés pour accompagner le développement commercial de la marque.	
RNCP36982BC03 Mise en œuvre d'une stratégie communication marketing crosscanale	C3.1. Elaborer la stratégie marketing communication cross-canal de l'organisation en formalisant le plan communication marketing pour répondre aux objectifs commerciaux de l'organisation et créer de la valeur pour la marque. C3.2. Coordonner la stratégie éditoriale de l'organisation en définissant la charte et la ligne éditoriales des supports de communication pour garantir l'homogénéité des contenus produits et leur cohérence avec la stratégie de la marque. C3.3. Améliorer le parcours utilisateur en ligne et hors ligne, en collaboration avec la direction commerciale, en renforçant la dimension expérientielle pour fluidifier le parcours d'achat et accroître la satisfaction du consommateur. C3.4. Développer la notoriété de la marque en assurant son référencement sur internet et en déployant des stratégies d'influence pour accroître sa visibilité. C3.5. Veiller à la e-réputation de la marque en pilotant son identité numérique et en déployant une stratégie d'analyse des avis consommateurs on-line pour anticiper et prévenir les risques de survenance de « bad buzz ». C3.6. Piloter le dispositif de gestion des crises en menant des actions marketing et communication de prévention et le cas échéant, en mettant en œuvre des mesures correctives afin de limiter leurs effets sur l'image de la marque et l'activité de l'organisation.	Etudes de cas : Lancement d'une stratégie communication marketing Gestion de crise
RNCP36982BC04 Management de projet et animation d'équipes pluridisciplinaires	C4.1. Déployer une stratégie de veille permanente sur les sujets touchant aux évolutions juridiques, technologiques, sociales et environnementales inhérentes au marketing et à la communication pour détecter les nouvelles tendances en matière de consommation, s'approprier les avancées technologiques et identifier des opportunités de développement stratégiques. C4.2. Coordonner l'activité du service communication marketing en mettant en place une organisation basée sur des réflexes d'agilité et de créativité et en supervisant l'atteinte des objectifs quantitatifs et qualitatifs afin de mener à bien les projets communication marketing en cours. C4.3. Elaborer le projet de développement du service communication marketing en accompagnant la montée en compétences des collaborateurs pour favoriser l'implication et la motivation des équipes et accroître les performances du service. C4.4. Prendre en charge les relations avec les prestataires externes en identifiant les partenaires potentiels, en conduisant des négociations commerciales, en formalisant les cahiers de charges et en contrôlant la qualité des livrables pour garantir l'aboutissement des projets marketing et communication dans le respect des échéances et des contraintes budgétaires. C4.5. En collaboration avec la direction financière, établir et suivre le budget de fonctionnement alloué à la stratégie communication marketing pour optimiser l'allocation des ressources de l'organisation dans une logique de retour sur investissement.	Mémoire de recherche appliquée Etudes de cas : Leadership et Management Suivi des prestataires Gestion budgétaire

Description des modalités d'acquisition de la certification par capitalisation des blocs de compétences et/ou par équivalence :

L'obtention de chaque bloc de compétences fera l'objet de la délivrance d'une attestation de compétences.

La validation de l'ensemble des blocs de compétences permet la délivrance de la certification.

Possibilité de prise en compte d'équivalence de blocs de compétences pour la délivrance de la certification.

SECTEUR D'ACTIVITÉ ET TYPE D'EMPLOI

Secteurs d'activités :

Le Manager des Stratégies Communication Marketing peut exercer dans tous les secteurs d'activités, services et industries et dans tout type d'entreprise. Il opère aussi bien dans la fonction publique (hôpitaux, collectivités, ministères...) que pour le compte d'entreprises privées. En fonction de la taille de l'entreprise, son champ d'application peut être plus ou moins vaste. En PME, il arrive fréquemment qu'il dirige directement toute la fonction marketing-communication. Dans le cadre de sociétés plus importantes, il pilote et manage un ensemble de services fonctionnels interdépendants : communication ou marketing. En cabinet de conseil, le poste de Consultant Marketing/Communication trouve sa place dans l'accompagnement des stratégies communication marketing des entreprises quelle que soit leur taille. Le Manager des Stratégies Communication Marketing peut également créer et gérer sa propre structure ; être à son compte en tant que consultant indépendant, ou diriger sa propre agence.

Type d'emplois accessibles :

- Chargé de / Responsable / Manager Marketing et Communication
- Consultant marketing / Consultant Communication
- Brand Manager / Product owner / Chef de produit
- Chargée de Marketing et communication
- Responsable marketing et de la relation client / Responsable commercial et marketing
- Responsable marketing/communication digital/e-commerce
- Chef de projet communication et social média
- Chef de projet webmarketing / Chef de projet digital
- Content Manager / Social Media Manager/ Rédacteur de contenus

Code(s) ROME :

- E1103 - Communication
- M1705 - Marketing

Références juridiques des réglementations d'activité :

VOIES D'ACCÈS

Le cas échéant, prérequis à la validation des compétences :

Validité des composantes acquises :

Voie d'accès à la certification	Oui	Non	Composition des jurys
En contrat d'apprentissage	X		Le jury de délivrance de la certification est composé a minima de 60% de professionnels du secteur. Il comprend 5 membres : - 3 à 4 professionnels non intervenants dans l'établissement, dont l'un est président du jury ; - 1 à 2 représentant(s) de l'organisme certificateur.
Par expérience	X		Le jury de délivrance de la certification est composé a minima de 60% de professionnels du secteur. Il comprend 5 membres : - 3 à 4 professionnels non intervenants dans l'établissement, dont l'un est président du jury ; - 1 à 2 représentant(s) de l'organisme certificateur.
En contrat de professionnalisation	X		Le jury de délivrance de la certification est composé a minima de 60% de professionnels du secteur. Il comprend 5 membres : - 3 à 4 professionnels non intervenants dans l'établissement, dont l'un est président du jury ; - 1 à 2 représentant(s) de l'organisme certificateur.
Après un parcours de formation continue	X		Le jury de délivrance de la certification est composé a minima de 60% de professionnels du secteur. Il comprend 5 membres : - 3 à 4 professionnels non intervenants dans l'établissement, dont l'un est président du jury ; - 1 à 2 représentant(s) de l'organisme certificateur.
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X		Le jury de délivrance de la certification est composé a minima de 60% de professionnels du secteur. Il comprend 5 membres : - 3 à 4 professionnels non intervenants dans l'établissement, dont l'un est président du jury ; - 1 à 2 représentant(s) de l'organisme certificateur.
Par candidature individuelle		X	-

	Oui	Non
Inscrite au cadre de la Nouvelle Calédonie		X
Inscrite au cadre de la Polynésie française		X

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS PROFESSIONNELLES, CERTIFICATIONS OU HABILITATIONS

Lien avec d'autres certifications professionnelles, certifications ou habilitations : Non

BASE LÉGALE

Référence des arrêtés et décisions publiés au Journal Officiel ou au Bulletin Officiel (enregistrement au RNCP, création diplôme, accréditation...) :

Date du JO / BO	Référence au JO / BO
-	Arrêté du 10 août 2012 publié au Journal Officiel du 22 août 2012 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour cinq ans, au niveau I, sous l'intitulé "Manager du marketing et de la communication intégrée" avec effet au 30 juillet 2008 jusqu'au 22 août 2017.
-	Arrêté du 07 juillet 2017 publié au Journal Officiel du 19 juillet 2017 portant enregistrement au répertoire national des certifications professionnelles. Enregistrement pour cinq ans, au niveau I,

sous l'intitulé "Manager des stratégies communication marketing" avec effet au 19 juillet 2017, jusqu'au 19 juillet 2022.

Date de décision	24-10-2022
Durée de l'enregistrement en années	3
Date d'échéance de l'enregistrement	24-10-2025

POUR PLUS D'INFORMATIONS

Statistiques :

Année d'obtention de la certification	Nombre de certifiés	Nombre de certifiés à la suite d'un parcours vae	Taux d'insertion global à 6 mois (en %)	Taux d'insertion dans le métier visé à 6 mois (en %)	Taux d'insertion dans le métier visé à 2 ans (en %)
2020	299	1	99	94	-
2019	262	0	97	96	95
2018	264	0	99	93	95

Lien internet vers le descriptif de la certification :

https://www.efficom.fr/business_school/mastere-management-marketing-communication/

(https://www.efficom.fr/business_school/mastere-management-marketing-communication/)

Liste complète des organismes préparant à la certification

(<https://certifpro.francecompetences.fr/webapp/services/edition/exportPartenaireSp/23300/true>)

Certification(s) antérieure(s) :

N° de la fiche	Intitulé de la certification remplacée
RNCP28716 (/recherche/rncp/28716)	RNCP28716 - Manager des stratégies communication marketing

Référentiel d'activité, de compétences et d'évaluation :

Référentiel d'activité, de compétences et d'évaluation

(<https://certifpro.francecompetences.fr/api/enregistrementDroit/documentDownload/23300/412943>)

ANNEXE C

Modalités de recrutement des candidats fixées par le Titulaire

Le dossier de candidature utilisé par le Partenaire dans le cadre du recrutement des candidats au titre devra faire état des éléments suivants :

- Informations relatives au Partenaire : nom de l'établissement, adresse, numéro de téléphone, mail ;
- Informations relatives à la demande de candidature : année de l'action de formation et/ou session de rentrée concernées, date de passage des tests d'admission, action de formation concernée par la candidature, rythme de l'action de formation (initial, alternance) ;
- Informations relatives au candidat :
 - Etat civil : civilité, nom, prénom, adresse postale, téléphone fixe, téléphone portable, adresse e-mail, date de naissance, lieu de naissance, nationalité, numéro de sécurité sociale,
 - Situation familiale du candidat : nom, prénom, numéro de téléphone, adresse postale et adresse e-mail des parents,
 - Situation personnelle du candidat, à compléter de manière facultative par ce dernier, pouvant faire état d'une situation de handicap nécessitant un accompagnement particulier de la part du partenaire,
 - Parcours scolaire antérieur : derniers diplômes obtenus, année d'obtention, nom et adresse de l'établissement concerné,
 - Niveau de langues vivantes du candidat ;
- Liste des éléments constitutifs du dossier de candidature (à fournir par le candidat) : deux photographies d'identité, photocopie de la pièce d'identité, relevés de notes des deux dernières années d'études, photocopie des diplômes obtenus (certifiés conformes et traduits en français ou anglais pour les étudiants hors U.E), curriculum vitae, lettre de motivation ;
- Informations relatives à l'admission et l'inscription du candidat :
 - Procédure et conditions d'admission,
 - Modalités de financement de la demande de candidature et de la formation,
 - Frais de dossier et frais de scolarité annuels.

ANNEXE D

Modèle – Matrice de reporting

Civilité Monsieur/Madame	NOM de naissance	NOM d'usage ou marital si différent du nom de naissance	Prénom	Inscrit Titre RNCP / Bloc.s de compétences	Voie d'accès au titre (menu déroulant)	Date de naissance	Nom de la commune de naissance	Code postal de la commune de naissance
Monsieur	KOTLER	MARTIN	Philip	Titre RNCP	Formation initiale hors apprentissage	01/01/1998	Lyon	69005

Reconversion professionnelle (oui, non)	Téléphone	Mail perso	Niveau d'intégration en formation	Dernier diplôme obtenu avant l'entrée en formation	Nature du diplôme	Situation avant le cursus certifiant ou à vocation certifiante	Dernier métier exercé
non	06 12 71 36 03	partenaires@sciences-u.fr	Bac+3	Licence professionnelle	Ressources humaines	En formation y compris alternance	Assisant RH
		-					
		-					
		-					

Durée d'expérience en année	Nom de l'entreprise si actif occupé	Rémunération brute annuelle (en euros) si disponible	Date d'inscription du candidat en formation	Date de fin de formation (auto) (si abandon, précisez les dates)	En cas d'abandon sélectionnez oui dans le menu déroulant
1,00	RH STRATEGIE	18 000,00 €	03/08/2021	10/06/2021	

ANNEXE E

Modèle – Matrice de récapitulatif administratif : Effectifs et suivi des candidats en entreprise

NOM (auto)	Prénom (auto)	Nature du contrat	Date de début du contrat	Date de fin du contrat	Nom de l'entreprise	Secteur d'activité	Nom du tuteur
KOTLER	Philip	Contrat d'apprentissage	03/09/2021	03/09/2023	Sciences-U	Formation	M. Martin

Mail tuteur entreprise	téléphone tuteur entreprise	Intitulé du poste	Descriptif des missions	Gestion des dysfonctionnements (rupture de contrat, problème porté à connaissance de l'école)
...@sciences-u.fr	06 00 00 00 00	Responsable recrutement	Mission 1 :	
-				
-				
-				

ANNEXE F

Modèle – Matrices reporting enquêtes d'insertion à 6 mois et situation actuelle

N°	Civilité	Nom	Prénom	Titre RNCP concerné par l'enquête	Filière / option	Site de préparation	Promotion (année de formation certifiante) <i>menu déroulant</i>	Date du jury de certification	Voie d'accès <i>menu déroulant</i>	Obtention de la certification <i>menu déroulant</i>	Email	Mobile
ex	H	DUPONT	Martin	Niveau 7 - Manager des ressources humaines - ISIMI	NC	PPA	2020 - 2021	12/02/2022	Formation Initiale: En contrat d'apprentissage	Oui	mdupont@reseau-ges.com	06 12 71 36 06

Niveau de certification validé avant l'entrée en formation <i>menu déroulant</i>	Qualification d'origine (dernière certification obtenue) : intitulé de la certification	Situation avant le cursus certifiant ou à vocation certifiante	Dernier métier exercé	Durée d'expérience en année	Nom de l'entreprise si actif occupé	Rémunération brute annuelle (en euros) si disponible	Etat à 6 mois	Date de l'enquête à 6mois	Situation à 6 mois après l'octroi de la certification <i>menu déroulant</i>
Bac+3	Chargé des ressources humaines	En formation y compris alternance	Assisant RH	1,00	RH STRATEGIE	18 000,00 €	Complété	12/11/2020	En emploi

Fonction / Intitulé poste 6 mois	Missions en lien avec le titre RNCP	Type de contrat 6 mois <i>menu déroulant</i>	Statut cadre 6 mois <i>menu déroulant</i>	Nom de l'entreprise 6 mois (si poursuite d'étude nom de l'établissement et intitulé de la formation)	Secteur d'activité 6 mois <i>menu déroulant</i>	Rémunération brute annuelle hors primes 6 mois	Primes brute annuel 6 mois
Responsable des ressources humaines	Management d'équipe, Gestion de projet/ budget, membre du comité de direction/bilotaee...	CDI	Non	RH Stratégie	Enseignement / formation	28 000,00 €	5 000,00 €

Etat Actuel	Date de l'enquête à 6mois	Situation actuelle <i>menu déroulant</i>	Fonction / intitulé poste actuel	Missions en lien avec le titre RNCP actuel	Type de contrat actuel <i>menu déroulant</i>	Statut actuel <i>menu déroulant</i>	Nom de l'entreprise actuel	Secteur d'activité actuel <i>menu déroulant</i>	Rémunération brute annuelle hors primes actuelle <i>menu déroulant</i>	Primes brute annuel 6 mois
Complété	12/11/2020	En emploi	Responsable des ressources humaines	Management d'équipe, Gestion de projet/ budget, membre du comité de direction/bilotaee...	CDI	Cadre	Réseau GES	Enseignement / formation	40 000,00 €	5 000,00 €

ANNEXE G

Questionnaire de satisfaction candidats à administrer en cours de formation

Le questionnaire de satisfaction administré par le Partenaire auprès des candidats, en cours de formation, devra évaluer à minima les points suivants :

Pour chaque module de formation :

- L'animation pédagogique (étude de cas, mise en situation professionnelle, etc.)
- La ponctualité de l'intervenant ;
- L'atteinte des objectifs pédagogiques en termes de compétences professionnelles ;
- Le respect du référentiel de formation et de la progression pédagogique (remise d'un syllabus en début de module et respect du syllabus) ;
- Le respect des modalités d'évaluation et leur correction (contrôle continu, soutenances orales, etc.)
- Le suivi pédagogique de l'intervenant (réponse aux questions, disponibilité, correction des évaluations, mise à disposition des plans de cours, etc.)

Pour l'ensemble de la formation :

- La qualité du suivi du responsable pédagogique (disponibilité, préparation au titre, coordination des formateurs de la filière, etc.) ;
- La qualité du suivi du service des relations entreprises (placement et suivi en entreprise) ;
- La qualité du matériel pédagogique et des infrastructure mises à disposition des candidats ;
- La qualité du service administratif (qualité des plannings de formation, mise à disposition des documents pédagogiques tels que les calendriers de formation et les bulletins de notes, organisation des examens et rattrapages, traitement des demandes, etc.).

Annexe Article 2

La vocation pédagogique au sein de l'école repose sur 1 principe majeur : « Apprendre en pratiquant ».

Cette philosophie s'articule autour de 3 piliers :

Professionnalisation

Les enseignements apportent à la fois des connaissances théoriques, des savoir-faire et des savoir-être. La plupart des modules de formation s'appuie sur des cas pratiques et sur la participation à des concours organisés par les entreprises.

Le corps professoral est le reflet de cette volonté. Il associe intervenants professionnels experts dans leur domaine et d'enseignants-chercheurs permanents.

Pluridisciplinarité

La réussite des futurs décideurs repose tant sur le fait de posséder les connaissances inhérentes à leur profession que sur un ensemble de savoirs économiques transversaux, et un bon niveau de culture générale et artistique permettant d'appréhender tous les sujets sociétaux.

Ambition

Des valeurs fortes comme l'engagement à l'Ecole et en entreprise, le sens des responsabilités et le travail sont au cœur de l'esprit de l'école.

L'alternance entre période en entreprise et période de cours favorise l'assimilation des concepts. Un mémoire professionnel proche d'un projet d'entreprise, l'exigence de certifications (TOEIC, PCIE, AMF, ...), les outils d'e-Learning mis à disposition des élèves sont autant d'atouts pour une carrière professionnelle.

Principes d'évaluation

1. Modalités d'évaluation

Le travail de l'étudiant et les connaissances acquises dans chaque matière, appelée **Unité de Valeur (UV)**, sont évalués tout au long de l'année par un **contrôle continu** d'une part et un **examen final**, d'autre part. Les **examens** sont trimestriels ou semestriels.

La moyenne de l'Unité de Valeur est constituée pour 50 % de la moyenne de contrôle continu (plusieurs notes) et pour 50 % de la note d'examen final.

L'examen final peut, dans certains cas et avec l'accord de la Direction des Études, être remplacé par un projet ou mémoire individuel.

La moyenne de contrôle continu de chaque matière peut être modifiée dans une fourchette de + ou – 2 points par les intervenants ou la Direction pour tenir compte de l'assiduité et de la participation.

La Direction se réserve le droit de réaliser une harmonisation des notes à la hausse comme à la baisse (+ ou -2 points) d'une épreuve (contrôle continu ou partiel), en fonction de la moyenne générale et de l'écart type de celle-ci, et ce afin d'éviter toute notation de complaisance ou de sanction. Il est rappelé que l'échelle de notation est comprise entre 0/20 et 20/20.

Chaque UV est affectée d'un coefficient.

Par ailleurs, en vue de l'harmonisation des diplômes européens, le système ECTS est appliqué au sein de l'établissement. Chaque année scolaire se compose de 60 ECTS minimum.

2. Correction des devoirs, contrôle et examens

Toute absence au contrôle continu est sanctionnée par la note de 0/20. L'étudiant devra produire un justificatif officiel (cf. Chapitre I, Article 2). Aucune épreuve de rattrapage n'est autorisée pour absence au contrôle continu.

Les copies d'examen sont conservées par l'Administration de l'école afin de satisfaire à tout contrôle qualité. Les copies dont la note est inférieure à 10/20 sont consultables sur demande manuscrite dans un délai de 15 jours à compter de la remise des notes.



RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Certificat

des organismes prestataires d'actions concourant au développement des compétences

N°2003_CN_00106 - V.4

Début de validité de la certification : 25/03/2020

Echéance de la certification : 24/03/2024

Date d'émission du certificat : 16/12/2022

ISQ Certification certifie que

INSTITUT SUPERIEUR D INFORMATIQUE ET DE MANAGEMENT DE L INFORMATION

85 AVENUE PIERRE GRENIER 92100 BOULOGNE BILLANCOURT

SIREN : **330178666**

NAF : **8559B**

Numéro de Déclaration d'activité : **11755669575**

Est conforme aux critères de certification mentionnés à l'article L. 6316-1 du Code du Travail et
au décret n°2019-564 du 6 juin 2019 relatif à la qualité des actions de la formation professionnelle
au décret n°2019-565 du 6 juin 2019 relatif au référentiel national sur la qualité des actions concourant au développement des compétences
au décret n°2021-1851 du 28 décembre 2021 portant dispositions complémentaires relatives à la certification
mentionnée à l'article L.6316-1 du code du travail
à l'arrêté du 6 juin 2019 relatif aux modalités d'audit associées au référentiel national mentionné à l'article D.6316-1-1 du Code du travail
à l'arrêté du 30 décembre 2021 prolongeant l'autorisation de réaliser l'audit initial à distance
au guide de lecture du référentiel national qualité, version en vigueur
au programme de certification de l'ISQ Certification, version en vigueur

Pour la(es) catégorie(s) d'actions concourant au développement des compétences suivante(s) :

- ☒ Les actions de formation
- ☐ Les bilans de compétences
- ☒ Les actions permettant de faire valider les acquis de l'expérience (VAE)
- ☒ Les actions de formation par apprentissage

Et pour le site suivant :

PPA BUSINESS SCHOOL - 28-32 RUE DE L'AMIRAL MOUCHEZ 75014 PARIS

Catherine TERRIEN
Présidente, ISQ Certification



ISQ CERTIFICATION SAS
84, avenue du Général Leclerc - 92100 Boulogne-Billancourt
Tél. : 01 46 99 14 55 - info@isqcertification.com - www.isqcertification.com

