
MASTÈRE

COMMUNICATION

MASTÈRE

TITRE RNCP N°35593

NOM DU CERTIFICATEUR : ISCPA - IGS

DATE DE L'ENREGISTREMENT : 19/05/2021

Post BAC +3



Formation en 2 ans



Sur le campus de **Vichy**

Notre formation Mastère Directeur de Projets Image Communication est lié au référentiel du titre **RNCP n°35593**. Elle vous préparera au rôle clé dans la gestion de l'image et de la communication d'une organisation. Grâce à notre Mastère, vous coordonnerez une stratégie cohérente qui s'adresse aux parties prenantes internes et externes (clients, actionnaires, salariés, médias...). Votre expertise couvrira une large palette de compétences.

Notre formation vous prépare à ces responsabilités en vous apportant les compétences stratégiques, techniques et managériales indispensables pour évoluer dans ce métier passionnant.



EN INITIAL OU EN ALTERNANCE



STAGES POSSIBLES

Accès handicapé : Les locaux de l'IFIC sont équipés d'un ascenseur.

Organismes dédiés à l'emploi, la formation et l'accessibilité pour les personnes en situation de handicap dans l'Allier et le Puy-de-Dôme

- Cap Emploi Allier / Cusset / Puy-de-Dôme
- MDPH 63
- Ressource Handicap Formation (RHF)
- Démarche H+ Formation

CONTACTS



accueil@ific-formations.com



04 73 756 914



direction@ific-formations.com

INFORMATIONS CLÉS

Dossier à déposer 3 mois avant la rentrée, qui a lieu le 22 septembre 2025.

PRÉ-REQUIS

- Posséder a minima un titre de niveau 6, la validation de 180 crédits ou d'une licence universitaire en sciences humaines & sociales (info-com, lettres, économie, droit...), un bachelor de communication
- Être capable a minima de comprendre son environnement économique, culturel et social, politique, environnemental
- capacité à comprendre et s'exprimer en langue française, capacité d'écriture et d'esprit de synthèse. Notion de bases de la langue anglaise

MODALITÉS D'ADMISSION

- **Étude du dossier** : CV, diplômes et bulletins sont examinés avec attention pour évaluer votre profil.
- **Évaluation** : Un test de culture en communication permet d'apprécier vos connaissances et votre sensibilité au domaine.
- **Rencontre avec un membre de la direction du CFA IFIC** : Un entretien d'échange pour mieux comprendre votre motivation et votre projet professionnel.

DURÉE

20 mois

VOLUME HORAIRE

Mastère 1 : 540 heures du lundi au vendredi :

- 483 heures en présentiel
- 57 heures de méthodologie

Mastère 2 : 540 heures du lundi au vendredi :

- 483 heures en présentiel
- 57 heures de méthodologie

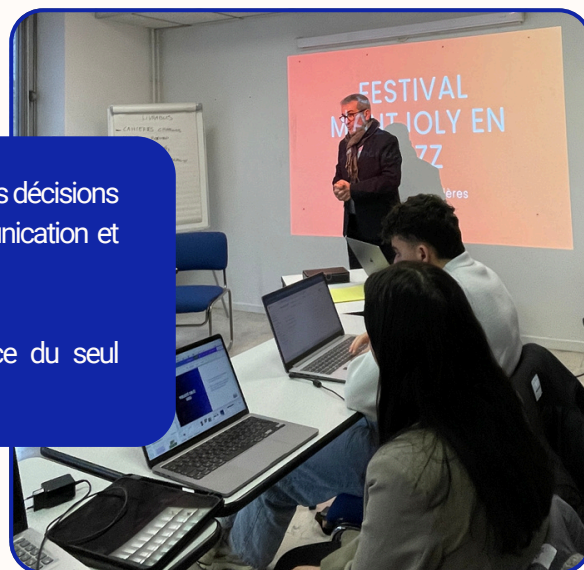
TARIFS

- Initial : 7 700 € TTC par an
- Alternance : 9 200 € TTC, pris en charge par les OPCOS

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Les directions de la communication sont placées au cœur des enjeux et des décisions politiques. Afin de mieux répondre à l'ensemble des besoins en communication et d'image, les services sont renforcés dans presque toutes les directions.

On est aujourd'hui très loin de l'information d'entreprise au service du seul management. (Source Stratégies 2018).



Le changement dans les modes de consommation, le besoin de partage d'informations, d'opinions et d'émotions, l'évolution des outils d'information/de communication ont donné naissance à de nouveaux modèles économiques et remis en question le référentiel métier de Directeur de Projets Image & Communication.

Si la communication traditionnelle a toujours un rôle à jouer au sein des organisations, le secteur de la communication s'est nettement développé avec le format digital, la professionnalisation de cibles bien plus averties, ses modes de consommation, ses outils d'accessibilité comme le mobile, la multiplication des messages, des canaux, des supports, la facilité d'accessibilité aux données, le partage plus étendu des informations. Une grande partie des compétences requises pour assurer cette composante essentielle du déploiement des activités de « communication » de l'entreprise reste d'actualité : être en mesure d'analyser les tendances et signaux faibles de l'environnement socio-économique et concurrentiel, de définir les lignes d'un plan d'action, de piloter un budget, de manager une équipe.



PROGRAMME DE LA FORMATION

ÉLABORER UNE STRATEGIE D'IMAGE ET DE COMMUNICATION

1

- C.1.1. Consulter régulièrement des sources pertinentes et variées afin d'identifier des tendances et des évolutions liées au secteur d'activité
- C.1.2. Identifier les "influent" (en sélectionnant médias, analystes, prescripteurs...) afin d'avoir connaissance des acteurs du marché
- C.1.3. Avoir une vision systémique des enjeux pour s'approprier la stratégie globale et de l'entreprise en étant en constante relation avec la gouvernance
- C.1.4. Mettre en place une politique RSE à partir d'une veille, de techniques et pratiques du secteur, pour construire une stratégie durable
- C.1.5. Réaliser un diagnostic "Image et Communication" de l'entreprise, à partir d'un benchmark, pour identifier la problématique de communication
- C.1.6. Formaliser les axes stratégiques d'image, au regard du positionnement de l'entreprise, pour bâtir une politique de com
- C.1.7. Argumenter la stratégie et le budget établis, en prévoyant le ROI, pour recueillir l'adhésion de la Direction générale

PILOTER LE DEPLOIEMENT DE LA STRATEGIE D'IMAGE ET DE COMMUNICATION

- C.2.1. Partager avec l'équipe projet la stratégie de communication retenue afin de la mettre en œuvre, dans un objectif d'adhésion
- C.2.2. Faire émerger des propositions au regard de la stratégie d'image et communication afin d'établir un plan d'actions consolidé
- C.2.3. Définir les outils de référence (charte graphique, ligne éditoriale, process...) au regard de la politique de communication définie, pour optimiser la stratégie
- C.2.4. Assurer la conformité de l'ensemble des actions de communication afin d'être garant de la cohérence des messages dans le fond et la forme
- C.2.5. Proposer des scénarii alternatifs (actions, moyens humains, budget) en cours d'exécution du projet afin d'optimiser l'atteinte des objectifs stratégiques, en mettant en place une cellule de veille et en tenant compte des impératifs RSE

2

PROGRAMME DE LA FORMATION

CONCEVOIR, ORGANISER & OPTIMISER SA STRATEGIE DIGITALE

3

- C.3.1. Analyser l'ensemble des indicateurs de performance digitale de l'entreprise afin d'identifier les forces et les faiblesses, à la suite d'une cellule de veille des techniques et pratiques
- C.3.2. Identifier des actions digitales innovantes pour optimiser l'efficacité de la communication digitale
- C.3.3. Elaborer une recommandation stratégique et conduire une politique de communication digitale et numérique, sur un axe de différenciation
- C.3.4.. Identifier les ressources humaines et budgétaires nécessaires afin de mettre en œuvre la stratégie digitale et numérique pertinente
- C.3.5. Evaluer la performance des actions mises en œuvre afin de proposer, le cas échéant, des actions correctives, en ayant défini des KPI's

MANAGER DES PROFESSIONNELS DE LA COMMUNICATION

- C.4.1 – Organiser, coordonner en supervisant les missions de l'équipe pour contrôler le déploiement du projet
- C.4.2 – Constituer l'équipe interne et/ou externe au regard des compétences requises et du budget disponible, pour travailler en mode projet
- C.4.3 – Exprimer les besoins auprès des membres de l'équipe pour susciter des recommandations créatives et pertinentes
- C.4.4 – Etablir une feuille de route pour chaque membre de l'équipe afin de permettre de piloter l'atteinte des objectifs
- C.4.5 – Identifier des indicateurs pour évaluer l'efficacité du management, en déterminant un mode de travail collaboratif

4

PROGRAMME DE LA FORMATION

PRENDRE LA PAROLE AU NOM DE L'ENTREPRISE

5

- C.5.1. Etre en veille sur l'image de l'entreprise et de son activité afin d'identifier les situations de prises de parole, en ligne avec la culture d'entreprise
- C.5.2. Optimiser la qualité des prises de parole externes pour garantir l'image de l'entreprise, en ayant défini le format et le contenu
- C.5.3. Elaborer les moyens nécessaires (éléments de langage, plan de communication dédiés) pour gérer une situation de communication institutionnelle, sensible ou communication de crise
- C.5.4 Identifier et préparer, en leur donnant les éléments de langage, les collaborateurs représentant l'entreprise afin d'assurer une prise de parole de qualité
- C.5.5. Identifier les indicateurs, en analysant les retombées presse/web/digitales, pour mesurer l'efficacité de la prise de parole

DEVELOPPER UNE COMMUNICATION INTERNE EFFICACE

- C.6.1. Rendre compréhensible auprès de tous la stratégie de l'entreprise afin de favoriser la conduite du changement
- C.6.2. Définir les messages et les canaux de communication en facilitant la circulation de l'information dans l'ensemble de l'entreprise, pour obtenir l'adhésion des équipes
- C.6.3 Mettre en place des indicateurs de performance, en déterminant les modes et canaux de communication, afin de mesurer l'efficacité de la communication interne
- C.6.4. Organiser un système de partage d'information, en sélectionnant des outils performants, afin d'optimiser la circularisation de l'information
- C.6.5. Superviser la mise en œuvre d'événements internes destinés à animer la vie de l'entreprise, en y associant les instances représentatives
- C.6.6. Contribuer à la politique d'accueil avec le service RH, en développant des outils d'intégration, afin de faciliter celle des collaborateurs

6

PILOTER UN BUDGET DE COMMUNICATION

7

- C.7.1. Etablir un budget associé au plan d'action afin de valider les objectifs avec la Direction
- C.7.2. Identifier des indicateurs clés de la performance (KPI) pour constituer des outils de pilotage, en mode projet
- C.7.3. Mettre en oeuvre des modalités de reporting afin d'analyser les résultats au cours du projet
- C.7.4. Analyser les écarts afin d'identifier, le cas échéant, des actions correctives, en les ayant anticipées
- C.7.5. Etablir un bilan afin d'informer la Direction et de provoquer, le cas échéant, des ajustements nécessaires, en les ayant anticipés

MODALITÉS D'ÉVALUATION DE LA FORMATION

Un certificat des compétences attestées selon les modalités d'évaluation décrites sera délivré à chaque candidat(e) à l'issue de la validation du bloc de compétences. Tout bloc est évalué et entre dans le capital compétences du titulaire.

- Lorsque tous les blocs sont acquis (les évaluations organisées pour tous les blocs étant passées avec succès), le titre est acquis pour la totalité de la certification.
- L'apprenant est titulaire d'une certification partielle, lorsque la validation se fait partiellement par bloc, ou que les compétences de certains blocs ne sont pas prouvées/validées. Il doit compléter la validation des autres blocs, pour valider le titre « Directeur de Projets Image et Communication »



La certification est valable définitivement, qu'elle soit obtenue dans le cadre d'une formation initiale, d'une formation continue, sous contrat d'apprentissage, sous contrat de professionnalisation, issue d'une démarche VAE.

En cas d'ajournement le candidat à la certification dispose d'un délai fixé par le jury national pour répondre à ses recommandations. Ce délai permettra au candidat une fois prêt de se représenter.

Tout candidat ayant validé partiellement la certification peut présenter un nouveau dossier de validation pour se présenter au Jury National dans le but d'obtenir la certification professionnelle complète. Le jury peut dans certains cas, prononcer un délai minimal avant que le candidat ne puisse redéposer une candidature. Le(a) candidat(e) se voit attribuer une attestation de niveau de validation des blocs de compétences.



Notre école est certifiée



 **RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**

La certification qualité a été délivrée au titre des catégories d'actions suivantes:

ACTIONS DE FORMATION

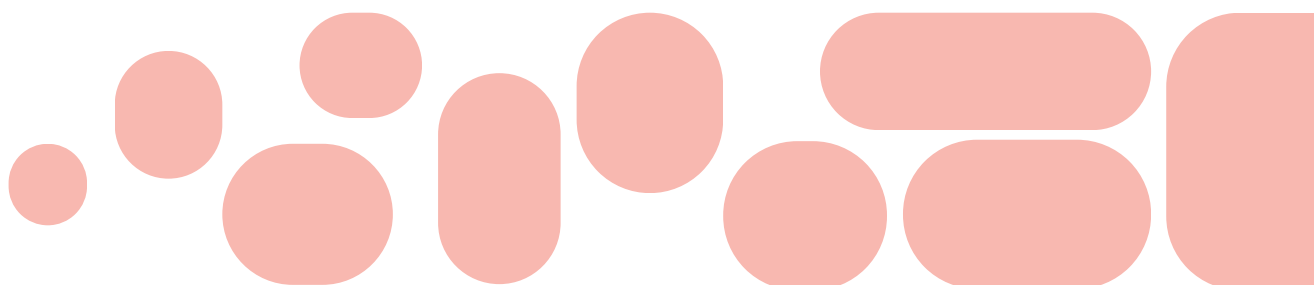
ACTIONS DE FORMATION PAR APPRENTISSAGE

Qu'est-ce que Qualiopi ?

Cette reconnaissance garantit la qualité de nos formations et de nos services, en répondant aux **critères rigoureux** du référentiel national RNCP.

Qualiopi atteste de notre **engagement** à offrir un **accompagnement de qualité** à nos apprentis et partenaires.

Cette certification renforce notre **volonté d'excellence** et témoigne de notre **professionnalisme** dans la formation.



ET ENSUITE

ooo

BACHELOR JOURNALISME

Journaliste

Animateur radio

Secrétaire de rédaction

Pigiste

BACHELOR COMMUNICATION

Chargé de communication

Community manager

Chef de projet événementiel

Chef de projet événementiel

MASTÈRE COMMUNICATION

Directeur de communication

Consultant conseil en communication

Chargé des relations presse

International brand manager

MASTÈRE JOURNALISME

Journaliste spécialisé

Directeur de communication

Redacteur en chef