

Le cycle diplômant **Manager de projet Communication (RNCP 34730, arrêté du 30 juin 2020)**, proposé par Elsa & Co et le Collège de Paris, se déroule sur une période de 18 mois. Les sessions de 2 à 4 jours de formation par mois sont compatibles avec une activité professionnelle. Accessible aux titulaires d'un diplôme de niveau 6 (Licence), le cycle permet l'obtention du titre professionnel Manager de Projet de niveau 7 (Master 2).

## PROGRAMME

### Bloc de compétence #1 : Concevoir une stratégie et un plan de communication (10 jours)

#### Partie I : Compréhension de la fonction et des enjeux de la communication

- Comprendre la place et les enjeux de la communication dans l'entreprise
- Identifier l'environnement/La culture d'entreprise
- Appréhender et comprendre le rôle et les missions du/de la responsable communication

#### Partie II : Concevoir une stratégie

Structurer sa réflexion

- Différencier la demande du besoin
- Etablir un état des lieux
- Synthétiser et analyser les données
- Cerner les enjeux de la communication
- Identifier et catégoriser les acteurs liés au projet
- Formuler une problématique

Proposer un cadre de réponse

- Construire un cadre de réponse à la problématique (parti-pris stratégique) en tenant compte des éléments de contexte, de la demande et du besoin
- Définir les objectifs de communication
- Identifier et catégoriser les cibles
- Définir le ou les messages et concepts créatifs

#### Partie III : Construire un plan d'actions de communication

- Maîtriser le cadre d'intervention des expertises métiers de la communication : relations presse ; relations publics, digital, événementiel, visuelle, interne, corporate...
- Identifier les expertises utiles à l'atteinte des objectifs
- Construire un programme d'actions cohérent et phasé
- Définir les moyens techniques et humains nécessaires à la mise en œuvre
- Identifier les outils de communication essentiels aux actions
- Définir des indicateurs de suivi du plan d'actions et d'évaluation

#### Partie IV : Faire valider sa stratégie et son plan d'actions

- Identifier les instances de validation
- Savoir « vendre » sa stratégie à des non-communicants
- Présenter son plan d'actions et favoriser l'adhésion

**Bloc de compétence #2 : Mettre en œuvre et piloter des actions de communication (9 jours)**

**Partie I : Les bases de la communication opérationnelle**

Les contours de la communication opérationnelle

- Connaître les missions de la communication opérationnelle
- Incarner la fonction de chef d'orchestre
- Définir les contours du plan d'actions
- Evaluer les délais de mise en œuvre

Les expertises de la communication

- Les relations presse
- L'événementiel
- La communication digitale
- La communication financière
- La communication interne
- La publicité
- La communication corporate/institutionnelle
- La communication visuelle
- La communication managériale

**Partie II : La mise en œuvre des actions de communication**

Planifier et anticiper

- Concevoir un calendrier des actions à mettre en œuvre en cohérence avec les objectifs de communication à atteindre
- Identifier les différentes étapes de mise en œuvre des actions et réaliser un rétro planning
- Cerner les freins potentiels à la mise en œuvre et prévoir les solutions adéquates
- Identifier et solliciter les ressources utiles

Suivre et évaluer

- Concevoir des tableaux de bords
- Définir des objectifs d'évaluation
- Renseigner les indicateurs
- Réaliser une analyse et formuler une synthèse

### Bloc de compétence #3 : Manager une équipe Communication

#### Partie I : Devenir manager de l'équipe communication

Se positionner en tant que manager

- Identifier les rôles et responsabilités du manager
- Différencier les styles de management
- Adapter son style de management aux différentes situations

Maîtriser les techniques du management

- Déléguer efficacement
- Fixer des objectifs et assurer le suivi
- Evaluer les situations difficiles et les gérer efficacement

Communiquer efficacement avec son équipe et sa hiérarchie

- Identifier son style de communication
- Adapter sa communication de groupe
- Etablir une relation efficace avec son n+1
- Gérer son stress et ses émotions

#### Partie II : Piloter une équipe communication performante

Constituer l'équipe communication

- Formaliser les besoins en compétences globales
- Définir les compétences attendues des collaborateurs par type d'expertise
- Définir l'organisation et les collaborations

### Bloc de compétence #4 : Budgéter et optimiser ses actions de communication (9 jours)

#### Travailler avec des prestataires extérieurs

- Connaître les prestataires techniques
- Rédiger un cahier des charges
- Etablir un brief créatif
- Identifier les éléments d'appréciation d'une prestation
- Devis, consultation, marché public... comment choisir ?

#### Etablir un budget

- Désigner les postes de dépenses
- Identifier les sources d'économie
- Savoir réaliser des économies d'échelle par l'anticipation
- Traduire la mobilisation humaine en coût pour l'entreprise
- Concevoir un tableau budgétaire détaillé

#### Les outils de communication

- Connaître le panorama des outils de communication
- Maîtriser le vocabulaire technique de production
- Coordonner la production des outils essentiels aux actions
- Etablir des tableaux de suivi de production

#### Partie III : Fédérer l'équipe communication

Susciter et entretenir la motivation

- Identifier les principes de la motivation
- Agir sur les leviers de motivation
- Développer les compétences des membres de l'équipe communication
- Valoriser la contribution des collaborateurs

Développer la cohésion de l'équipe communication

- Comprendre le fonctionnement de l'équipe
- Accompagner le passage d'une logique individuelle à une logique collective

#### Collaborer avec l'ensemble des acteurs des projets communication (8 jours)

#### Partie I : Se positionner en tant que manager transversal

Situer et définir le management transversal

- Identifier le management transversal parmi les autres modes de management
- Connaître ses modalités et identifier ses avantages
- Prendre conscience des difficultés

Structurer sa mission et cerner son domaine de responsabilité

- Identifier ses objectifs et ses missions
- Se positionner dans son environnement
- Clarifier les responsabilités de la mission de manager transversal avec sa hiérarchie

Trouver et renforcer sa légitimité

- Développer la posture et les compétences spécifiques du manager transversal
- Investir sa fonction et identifier son potentiel de leader
- Renforcer sa crédibilité en distinguant autorité et pouvoir

#### Partie II : Mobiliser dans un cadre non hiérarchique

Accroître son influence pour favoriser l'adhésion

- Etablir la cartographie de différents interlocuteurs du projet de communication
- Définir sa stratégie d'intervention en fonction du positionnement des différents interlocuteurs

Mettre en œuvre sa stratégie de collaboration

- Actionner les différents leviers de l'influence sans autorité statutaire
- Mobiliser les différents interlocuteurs en fixant des objectifs communs réalistes et motivants
- Définir des référentiels communs

### Partie III : Favoriser La coopération

Assurer la coordination en mode fonctionnel

- Mettre en place des outils et des systèmes pour coordonner
- Adapter la coordination aux situations et aux interlocuteurs pour renforcer l'efficacité

Développer des comportements de coopération (1 jour)

- Identifier les conditions de la coopération en transversal
- Tenir compte de la maturité des interlocuteurs pour coopérer
- Construire et dynamiser la coopération des interlocuteurs autour du projet communication

### Partie IV : Faire la promotion des projets communication

Elaborer la stratégie de communication du projet de communication

- Assurer la diffusion de l'information relatives au projet de communication
- Valoriser les résultats de sa mission transversale

Maintenir l'engagement durable des différents interlocuteurs

- Développer des relations de confiance avec la ligne hiérarchique pour se faire ouvrir les portes dans l'organisation
- Gérer les résistances et les situations difficiles

Orienter l'action de l'équipe pour améliorer l'efficacité

- Identifier les facteurs contribuant à l'efficacité
- Conduire une réunion efficace
- Favoriser l'autonomie et l'initiative

## LE PROFIL DES PARTICIPANTS

Communicant(e)s ou personnes en charge de la communication interne, externe d'une entité publique ou privée

## LES PREREQUIS

Etre titulaire d'un diplôme de niveau 6 (Licence)\* et avoir la charge d'un projet communication global, interne ou externe. Disposer d'un ordinateur et d'un accès internet pour la connexion à la plateforme documentaire en ligne et le suivi de formation.

\*Les candidats ne disposant pas de ce niveau de diplôme peuvent adresser une demande exceptionnelle à [contact@elsaandco.fr](mailto:contact@elsaandco.fr). Ils devront bénéficier d'une expérience professionnelle significative (5 ans ou plus) en Communication et motiver leur démarche par le biais d'un dossier de candidature.

## LES MODALITES PEDAGOGIQUES ET D'EVALUATION

- Groupe restreint de 6 personnes maximum
- Alternance entre apports théoriques, exercices pratiques et mises en situation
- Exercices d'application entre les sessions
- Accès à une plateforme documentaire en ligne
- Evaluation QCM, études de cas, dossier professionnel
- Présentation orale du dossier professionnel pour validation du cycle avec délivrance de certificat (voir « modalité de certification »)

## LES MODALITES D'ACCES A LA FORMATION

L'inscription à cette formation doit être effectuée 1 mois avant la date de début de session. Toute formation présentant au moins une inscription est maintenue.

Cette formation peut également être mise en place sur demande (même individuelle), à n'importe quel moment de l'année. Un délai de 2 mois est alors observé entre l'inscription et l'ouverture de la session.

## LES MODALITES DE CERTIFICATION

Le cycle diplômant peut faire l'objet de la délivrance d'une certification correspondant au Titre Professionnel de niveau 7 (Master 2) « Manager de projet ». La maîtrise des savoirs et savoir-faire liés à la formation est évaluée en continu au cours des sessions par le biais de QCM, d'exercices d'application et de la remise d'un dossier professionnel évalué par le formateur et le jury de certification (composé d'un membre de l'équipe pédagogique d'ECEMA et 3 professionnels du secteur).

Modalités d'obtention et pédagogiques de la certification

- Questionnaires d'évaluation tout au long du cursus
- Exercices d'application entre les sessions
- Dossier professionnel et présentation orale devant jury à la fin de la formation (1heure)
- Suivi individuel à distance par le formateur

## LES MODALITES D'ORGANISATION



**Durée :** Formation en présentiel avec activités à distance de 45 jours (315 heures) réparties sur 18 mois, à raison de 2 à 4 jours de formation/mois (passage devant jury de certification inclus)



**Lieu :** Elsa & Co - 31 rue du Professeur Raymond Garcin (route de Didier) à Fort-de-France



**Formateur :** Professionnelle de la communication et formatrice certifiée



**Tarif :** Cycle complet 12 000 € HT  
Certification comprise



**Nous contacter :** [contact@elsaandco.fr](mailto:contact@elsaandco.fr)

0596 63 25 74



Pour les personnes en situation de handicap, veuillez envoyer votre demande sur [contact@elsaandco.fr](mailto:contact@elsaandco.fr).