

PLAN D'ÉTUDES

FORMATION QUALIFIANTE CHARGÉ DE COMMUNICATION

Pré-requis : 18 ans minimum	Durée théorique : 6 mois (inscription garantie pendant 3 ans)	Nombre d'heures de formation : 600 heures
--	--	---

Objectif de formation

Le Chargé de communication a pour fonction essentielle d'assister le responsable de communication dans le pilotage et la mise en oeuvre du plan de communication. Selon le type et la taille de l'entreprise, il/elle prend en charge tous les aspects de la communication ou une partie. Multispécialiste de la communication, ses missions sont très diversifiées :

- Conception, développement et suivi des actions de communication
- Suivi des relations avec les médias
- Etablissement des revues de presse
- Organisation d'événements
- Diffusion des supports de communication

Formation qualifiante

Cette formation qualifiante, conçue spécifiquement par ENACO et délivrée intégralement en ligne sur le campus eTrotter, a pour objectif de vous former au métier de chargé de communication.



Stage

Dans le cadre de cette formation qualifiante, le stage n'est pas obligatoire, mais vivement conseillé.

Si vous choisissez de réaliser un stage, celui-ci ne pourra excéder 6 mois au sein de la même entreprise et par année d'enseignement.

Organisation de la formation

Le programme de formation est structuré en cours qui comportent chacun plusieurs séquences. Chaque cours comporte des exercices auto-corrigés de type QCM pour vérifier l'assimilation des connaissances (en moyenne 1 exercice par séquence). A la fin de chaque cours, vous devrez réaliser, pour vous entraîner, les devoirs notés et corrigés par vos professeurs (en moyenne 2 devoirs par cours).

Validation de la formation

La validation de la formation est assujettie à la réalisation de la totalité des devoirs inclus dans le programme et à l'obtention d'une moyenne générale minimale de 12/20. Votre attestation de réussite vous sera ensuite transmise par ENACO.

PROGRAMME DE LA FORMATION CHARGÉ DE COMMUNICATION*

Enseignement professionnel	Modules
Conception et production des supports de communication	<ul style="list-style-type: none"> • Présentation de l'industrie graphique • De la naissance du concept à sa matérialisation • De la conception à la matérialisation de l'imprimé • Initiation à la Publication Assistée par Ordinateur (PAO)
Conseil et relation annonceur	<ul style="list-style-type: none"> • Introduction et histoire de la publicité • Le marché des annonceurs • Création et développement de clientèle • Construction, vente et suivi de la proposition • Conclusion
Droit de la communication	<ul style="list-style-type: none"> • Le cadre juridique du secteur de la communication • Le droit de la publicité • Le droit de la communication hors-média
Expression visuelle	<ul style="list-style-type: none"> • Art et publicité • Les principaux types de publicité et les différents supports • Le discours publicitaire • La rhétorique publicitaire • Comment faire émerger le sens d'un corpus ?
Informatique commerciale	<ul style="list-style-type: none"> • E-mailing et tableau de bord • Les logiciels • Droit informatique
Les technologies numériques (CTC)	<ul style="list-style-type: none"> • L'informatique organisationnelle - Bases • L'informatique organisationnelle - Outils • L'informatique de production - Bases • L'informatique de production - Bases (suite) • L'informatique de production - Web • L'informatique relationnelle et commerciale
Mise en oeuvre et suivi projets de communication	<ul style="list-style-type: none"> • Préparer le projet de communication • Les médias et la communication opérationnelle • La mise en oeuvre du projet de communication • La production, le transfert et le suivi des relations techniques
Packaging	<ul style="list-style-type: none"> • Packaging et design packaging • Stratégie d'image • L'identité d'un packaging
Stratégie de la communication	<ul style="list-style-type: none"> • La démarche de communication • Le cadre de la communication des organisations • La communication commerciale • La communication non marchande
Veille opérationnelle	<ul style="list-style-type: none"> • Veille informationnelle et veille permanente • Recherche ponctuelle et qualité du système d'information
Langue Vivante 1 (Anglais, Espagnol ou Italien)	<ul style="list-style-type: none"> • Anglais Spécialité communication : The global company ; The global consumer ; Emerging countries ; Environmental issues and transports ; The world company • Espagnol : La expresión del pasado ; Impersonalidad y proposiciones de relativo ; Las particularidades del subjuntivo español ; Expresando el gerundio y ubicándose ; Presosiciones, modo y cantidad ; Proposiciones subordinadas e indefinidos (poco, alguno,diversos, otro) ; Comparando y vinculando ; ¿Ser o estar? Perífrasis con infinitivo ; La expresión de la obligación y el cambio. El verbo dar ; La expresión del futuro, de la condición y de la negación • Italien : Grammaire ; Conjugaison ; La phrase

* Contenu pouvant évoluer en fonction des modifications du référentiel ou du programme