

CONCEPTEUR DESIGNER INDUSTRIEL RNCP34468 REFERENTIELS D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION CREAPOLE

Article L6113-1 [En savoir plus sur cet article...](#) Créé par [LOI n°2018-771 du 5 septembre 2018 - art. 31 \(V\)](#)

« Les certifications professionnelles enregistrées au répertoire national des certifications professionnelles permettent une validation des compétences et des connaissances acquises nécessaires à l'exercice d'activités professionnelles. Elles sont définies notamment par un **référentiel d'activités** qui décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés, un **référentiel de compétences** qui identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui en découlent et un **référentiel d'évaluation** qui définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis. »

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
BLOC 1 : Analyse du cahier des charges du client en vue de l'élaboration d'un produit de design.			
A1.1 – Identification des évolutions, des tendances en matière de création, de design, d'innovation et des besoins qui en découlent.	<p>C 1.1 Distinguer les différentes évolutions et courants liés à l'histoire du design et ses contextes (évolutions culturelles, mutations technologiques, tendances socio-économiques, contexte environnemental, énergétique, normes...) pour apporter une réponse perspicace et innovante.</p> <p>C 1.2 Assurer des processus de veille : (demande des consommateurs, tendances esthétiques, actualité de la création en design, arts plastiques, nouvelles gammes, nouveaux produits, nouveaux services, nouveaux concepts, nouvelles identités, évolutions artistiques et scientifiques, nouveaux outils de conception et de production avancés) pour répondre avec pertinence et créativité aux besoins du client.</p>	<p><u>Études de cas :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – individuelle présentant une approche anthropologique, ethnologique et sociologique du projet en lien avec la demande du client. – collective traitant de l'actualité de la technologie, du design et de l'innovation dans le cadre d'un concours extérieur à l'établissement. – rédaction et présentation d'un brief créatif. 	<p>Le candidat a fait preuve de transversalité et de curiosité dans ses recherches en lien avec la demande.</p> <p>Le candidat a fait preuve d'une capacité de synthèse :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Il a su dégager des schémas pertinents d'une exploration, cette matière brute a été synthétisée en un récit cohérent. – Les recherches sont combinées de manière crédible et convaincante. – Une problématique ou des problématiques sont identifiées

CONCEPTEUR DESIGNER INDUSTRIEL CREAPOLE - RNCP34468
Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

<p>A1.2 – Synthèse des données fournies par le client.</p>	<p>C 1.3 Analyser le positionnement du client (marque, cible, marché) pour cerner les enjeux de la commande. C 1.4 Analyser l'intérêt des clients pour comprendre leurs positionnements stratégiques. C 1.5 Synthétiser les données fournies par le client pour dégager une problématique, premier jalon de la recherche créative.</p>	<p><u>Mises en situation professionnelles et soutenance orale :</u></p>	<p>en réponse au cahier des charges.</p>
<p>A1.3 – Enrichissement du cadre de référence de l'activité du designer.</p>	<p>C 1.6 Rechercher et archiver des pistes créatives (formelles, de matière, de couleurs, de textures, etc.) afin de constituer une base documentaire réutilisable dans le cadre de futurs projets. C 1.7 Développer les recherches créatives relatives au cahier des charges pour constituer le cahier de conception. C 1.8 Synthétiser les informations transversales recueillies lors des recherches afin d'apporter des réponses adéquates à l'écosystème du commanditaire.</p>	<p>– individuelle présentant une analyse de la problématique basée sur des données quantifiables, son analyse de marque, cible, client, concurrence, produits existants, marchés... Et son impact environnemental.</p> <p>– collective présentant les hypothèses dans la demande implicite du client.</p> <p><u>Professionnalisation individuelle :</u></p> <p>– création du cahier de références personnel du candidat.</p> <p>L'acquisition du bloc fait l'objet de la remise d'un certificat.</p>	

BLOC 2 : Elaboration du concept et du processus de fabrication du produit de design.

<p>A2.1 - Elaboration de la stratégie.</p>	<p>C 2.1 Déterminer le positionnement stratégique du commanditaire pour adapter sa préconisation à l'ADN de marque, à son histoire, à ses cibles, à ses valeurs et ses spécificités, à son e-réputation. C 2.2 Apprécier la cohérence entre la stratégie marketing appliquée au design et la stratégie marketing globale du client pour proposer un modèle cohérent où l'une sert l'autre. C 2.3 Organiser et animer des brainstormings créatifs pour vérifier et augmenter la problématique issue du produit à réaliser.</p>	<p><u>Études de cas réels :</u> – collective traitant de l'actualité de la technologie, du design et de l'innovation dans le cadre d'un concours extérieur à l'établissement où une commande proposée par une entreprise. Les candidats sont amenés à argumenter les recherches de formes, couleurs, matériaux, expériences utilisateur, innovation technologique, etc.</p>	<p>– L'analyse de la marque est complète et pertinente. Elle contient l'histoire de la marque, une analyse de l'image de marque, de la notoriété, sa perception affective, analyse de son identité, de ses "social datas", de ses technologies, une analyse de sa gouvernance et enfin les forces et faiblesses de ses produits et de son entreprise. – L'analyse client et cible sont finalisées.</p>
<p>A2.2 - Elaboration des plans et représentation du produit.</p>	<p>C 2.4 Représenter le concept sous la forme la plus adaptée : dessins, images 2D et 3D, maquettes d'intention afin de faciliter l'adhésion de principe autour de la faisabilité du projet de produit. C 2.5 Argumenter les partis pris formels, de couleur, de matière et les choix liés à l'expérience de l'utilisateur.</p>	<p>– rédaction et présentation visuelle</p>	<p>Les axes stratégiques ont été identifiés.</p>
<p>A2.3 - Elaboration du Cahier de Conception.</p>	<p>C 2.6 Transformer le "brief" (la demande) du client (objectifs commerciaux, l'image, les technologies d'innovation, etc.), en un cahier des charges clair pour encadrer les différentes problématiques de conception du produit industriel.</p>	<p><u>Mises en situation professionnelles et soutenance orale :</u> – individuelle Validation pédagogique d'une amorce de projet (jusqu'au concept), d'une situation autodéterminée par le candidat. Echouer à cette validation signifie pour le candidat de devoir proposer à nouveau un autre sujet d'étude.</p> <p>L'acquisition du bloc fait l'objet de la remise d'un certificat.</p>	<p>Pertinence de l'utilisation des références, du choix de matériaux, de couleurs et de textures. Maîtrise des outils techniques de représentation.</p> <p>La reformulation du cahier des charges par le candidat est claire, complète et étayée.</p> <p>Le candidat a fait preuve de créativité, d'imagination, d'individualité et d'innovation dans l'élaboration du concept en réponse à un brief donné ou auto-défini.</p>

CONCEPTEUR DESIGNER INDUSTRIEL CREAPOLE - RNCP34468
Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

BLOC 3 : Management et conduite du projet de design.

A3.1 - Gestion des parties prenantes.	<p>C 3.1 Évaluer et allouer les ressources nécessaires à la bonne réalisation du projet pour garantir la maîtrise du budget.</p> <p>C 3.2 Organiser la sélection et le recrutement de partenaires pour réaliser la mise en œuvre du produit.</p> <p>C 3.3 Réaliser le rétro-planning afin de gérer et échelonner les temps d'intervention des parties prenantes.</p> <p>C 3.4 Coordonner les interventions les différentes parties prenantes pour respecter le retro-planning et garantir la cohérence générale du projet.</p>	<p><u>Mise en situation professionnelle collective :</u></p> <p>Dans le cadre d'un concours externe à l'établissement :</p> <ul style="list-style-type: none"> – réponse à la problématique et création d'un concept. – lister les besoins d'interventions des parties prenantes – organisation d'un rétro planning. 	<p>Le candidat a la capacité d'aller chercher l'information, à trouver des conseils de la part de professionnels.</p> <p>Le candidat a montré sa capacité de synthèse des échanges interdisciplinaires.</p> <p>Le candidat a la capacité de définir des échanges crédibles dans la cohésion du projet étape du rétro planning.</p>
A3.2 - Optimisation contractuelle et budgétaire.	<p>C 3.5 Superviser les volets normatifs et réglementaires, budgétaires et juridiques appliqués au projet (propriété intellectuelle) pour fluidifier et sécuriser les relations contractuelles.</p> <p>C 3.6 Identifier les risques relatifs aux changements de conditions intervenus pour anticiper les modifications d'équipes, de délais ou de budget.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – élaboration de scénarii d'usage, de prototypes, de présentation iconographique et de maquettes pour répondre à une exigence professionnelle. 	<p>Le candidat a montré sa capacité de travailler en équipe.</p>
A3.3 - Contrôle et coordination	<p>C 3.7 Distinguer et résoudre les éventuels problèmes rencontrés pour minimiser les retards de production.</p> <p>C 3.8 Contrôler le respect du cahier des charges esthétique, fonctionnel ainsi que les coûts, les délais et les détails fonctionnels et techniques pour permettre une démarche d'amélioration continue et une communication régulière au client.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – le rendu est visuel et fait l'objet d'une soutenance orale en français et en anglais. <p><u>Rapport d'immersion professionnelle :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – évaluation de la performance individuelle par rapport aux attendus du tuteur. <p>L'acquisition du bloc fait l'objet de la remise d'un certificat.</p>	<p>Le candidat a montré sa capacité de collaborer de manière transversale avec d'autres domaines.</p> <p>Le candidat a montré sa la capacité d'organiser le travail collectif.</p> <p>Le candidat établit une estimation de coût du produit.</p> <p>Le candidat a des notions juridiques appliquées à l'élaboration de projet, il sait se saisir des réglementations et comprendre les statuts et un</p>

CONCEPTEUR DESIGNER INDUSTRIEL CREAPOLE - RNCP34468
Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

			<p>modèle économique.</p> <p>Le candidat sait gérer son temps.</p> <p>Le candidat présente un projet abouti pour ses phases intermédiaires et finales.</p>
BLOC 4 : Communication et valorisation des projets de design.			
A4.1 Préparation de la diffusion du produit.	<p>C 4.1 Identifier la valeur ajoutée du produit et de sa marque et en extraire les principaux arguments de vente à mettre en avant lors de sa prospection.</p> <p>C 4.2 Initier une identité visuelle identifiable et cohérente avec le projet de produit pour sa mise sur le marché.</p>	<p><u>Professionnalisation individuelle du candidat :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – présentation du book – présentation du site personnel – présentation des réseaux sociaux – présentation du curriculum vitae – présentation du cahier de références personnel – rédaction et présentation visuelle 	<p>-Qualité de l'énoncé d'une étude de création industrielle.</p> <p>-Qualité d'analyse du contexte (culturel, commercial, sociologique, etc.),</p> <p>-Pertinence de la problématique (recherches liées au concept),</p> <p>-Qualité du concept (qualité esthétique, innovation, réponse technologique, positionnement stratégique, prise en compte de l'environnement.),</p> <p>-Qualité des éléments rédactionnels et de sa présentation visuelle,</p>
A4.2 Réalisation des éléments de présentation et de diffusion du produit.	<p>C 4.3 Réaliser un packaging respectant les contraintes d'industrialisation, légales, environnementales... pour sa mise sur le marché.</p> <p>C 4.4 Choisir les modes de représentation les plus adéquats (élaboration d'esquisses, roughs, storyboards, planches de tendances scenarii utilisateurs, wireframes, patrons, plans 3D...) pour être des plus convaincants auprès des décisionnaires lors de la présentation finale du projet.</p> <p>C 4.5 Réaliser une scénographie pour mettre en valeur le produit sur le ou les point(s) de vente.</p>	<p><u>Mise en situation professionnelle individuelle et soutenance orale :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – rendu du projet de fin d'études présenté visuellement et soutenance du mémoire devant un jury extérieur à l'établissement. – remise du mémoire faisant office de bilan écrit synthétique relatant le déroulement du projet 	<p>(hiérarchisation des informations mises en espace dans le stand, qualité de réalisation des planches, des maquettes, etc.),</p> <p>-Qualité de la soutenance orale (clarté de l'élocution, cohérence des arguments,</p>
A4.3 Argumentaire en interne et en externe du produit.	<p>C 4.6 Présenter et argumenter le produit de manière dynamique et interactive en mêlant plusieurs types de supports multimédias pour captiver les clients et les clients.</p> <p>C 4.7 Rédiger les supports de communication complémentaires qui seront remis au client de manière professionnelle pour apporter un niveau de détail plus poussé et expliciter des concepts plus complexes.</p> <p>C 4.8 Structurer ses argumentaires de manière</p>		

	cohérente et logique pour démontrer l'atteinte des objectifs au client ou aux futurs clients.	de fin d'études.	esprit de synthèse), -Retro-planning, budgétisation, anticipation des ressources, -Faisabilité techniques et financières.
A4.4 Déclinaison de la communication en fonction des publics.	C 4.9 Communiquer en anglais à l'écrit comme à l'oral pour s'adapter à des clients ou des prestataires étrangers. C 4.10 Adapter les formats aux circonstances de communication pour s'adapter au public et au message à transmettre.	L'acquisition du bloc fait l'objet de la remise d'un certificat.	<p>Le rendu du projet de fin d'études est constitué d'éléments visuels de présentation agencés dans l'espace le jour du passage de la certification :</p> <p>Le sujet est présenté dans un « stand » avec :</p> <ul style="list-style-type: none"> – les dessins en perspective et en couleurs, les premières propositions sous forme de croquis et d'avant-projet sous différents angles de vue, – des échantillons de matériaux, – une maquette d'étude démontre les principes d'utilisation, – les planches de référence et harmonie de couleurs, – un plan de forme et modélisation 3D, – des planches de présentation des scénarii d'usage et mettant en scène le produit en situation, – de l'identité visuelle, et des supports de communication. <p>Ce projet de fin d'étude, fait l'objet d'un mémoire où les</p>

			<p>candidats doivent formuler et argumenter les étapes d'élaboration de leur sujet. Ils soutiennent ce mémoire lors du passage de la certification devant un jury extérieur.</p> <p>Dans ce mémoire, le/la candidat(e) positionne ses recherches à partir de ses analyses et ses recherches en lien avec le cahier des charges, ses partis-pris esthétiques, les choix technologiques, ces choix marketing qui en découlent.</p> <p>Cet argumentaire est complété par des éléments visuels, en volume, des maquettes, les prototypes... afin de souligner la maîtrise de la communication, de la transcription des idées à la réalisation du projet.</p>
--	--	--	--