

5 - REFERENTIELS

1) Indiquer le n° de demande fourni par le système d'information

563

2) Indiquer le nom du certificateur

Conservatoire National des Arts et Métiers (Cnam)

3) Intitulé de la certification professionnelle et le niveau demandé

Designer d'expérience interactive et ludique pour le jeu vidéo, la culture et la communication - mastère spécialisé®

Niveau 7

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

5 - REFERENTIELS

Chaque candidat fera la preuve de compétences transversales à l'ensemble des activités décrites dans cette fiche par la rédaction d'une thèse professionnelle. Il s'agit d'un travail de recherche appliquée, individuel, portant sur l'évolution prospective de son métier (évolution technologique, méthodologique, sectorielle). Ce travail de recherche permettra également d'évaluer plus spécifiquement les compétences attendues à l'activité 3.4

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'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>1. Conception et réalisation de preuves de concept d'expériences digitales interactives, ludiques ou innovantes</p> <p>1.1 Le processus d'idéation</p>	<p>1.1 Mener un processus d'idéation individuel et collectif avec différents profils métiers pour proposer et choisir des concepts digitaux ludiques à prototyper :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proposer des concepts de jeu ou d'expériences interactives ludiques - Organiser le processus d'idéation, de créativité et les relations au sein du groupe 	<p><i>Dans le cadre de situations professionnelles reconstituées, seul ou en équipe :</i></p> <p>Présenter un nouveau concept à l'oral ou à l'écrit, pendant une durée limitée, devant des designers senior et expliquer sa méthode de conception pour favoriser l'idéation et créer des nouveaux concepts de jeu un ou plusieurs ateliers de conception de jeu en temps limité (gamejams, hackathons)</p>	<ul style="list-style-type: none"> · Les concepts sont pertinents, de qualité, riches et cohérents en regard de l'existant et du sujet de l'atelier · Les méthodes sont créatives, il y a utilisation de techniques de brainstorming (temps de divergence et de convergence des idées), ou d'outils de créativité type associations mentales, dessin, jeu etc... · Les échanges sont fluides, il y a respect du groupe et de ses participants s'il y a lieu · La gestion du temps est efficace, la prise de parole est partagée, ainsi que les modes de décision (votes, consensus, rôles...)
<p>1.2 La conception de système de jeu</p>	<p>1.2 Concevoir le système de jeu d'une expérience interactive digitale ludique (game et level design) sous la responsabilité d'un game director ou en partenariat avec un producer pour</p>	<p><i>Dans le cadre d'une situation professionnelle ou reconstituée, en équipe :</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> · Le cadre du projet envisagé est détaillé et intègre le public cible, le support, la durée de session(s) de jeu/d'interaction · Le genre de l'expérience

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

	<p>produire rapidement un premier prototype "first playable" :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définir les partis-pris d'un projet en termes de contrôles, direction de caméra, genre du jeu - Définir les règles du jeu (game design) d'une expérience interactive si elle est jouable, ou la mécanique d'interaction dans le cas d'une expérience non ludique - Détailler la progression de l'expérience dans l'espace virtuel (cartes, niveaux ou étapes) 	<p>Rédaction d'un document de conception d'un projet collectif d'expérience ludique interactive, incluant le game design, le scénario interactif, la direction artistique visuelle et sonore (l'épreuve inclut les activités 1.2, 1.3, 1.4, 1.</p>	<p>interactive ludique est explicité par des références appropriées et connues du secteur</p> <ul style="list-style-type: none"> · Les 3C's (caméra, control & interaction, character & avatar) sont clairement définis et en phase avec l'expérience proposée. · La jouabilité (gamefeel, rythme de jeu, gameloop) a été pensée en amont et est illustrée par des références à des expériences publiques · La progression des niveaux est clairement synthétisée et schématisée · La conception inclut les phases tutorielles (embarquement/onboarding du nouveau joueur, apprentissages des règles et contrôles de jeu) de façon fluide et la plus transparente possible pour le joueur
<p>1.3 La rédaction d'une bible narrative</p>	<p>1.3 Rédiger une pré-bible narrative présentant un univers scénaristique complet (synopsis, monde, scénario), seul ou avec un scénariste professionnel pour situer le jeu ou l'expérience dans un univers narratif :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rédiger un synopsis de l'histoire principale (et/ou des différents arcs narratifs) 	<p>cf 1.2</p>	<ul style="list-style-type: none"> · Le synopsis résume l'univers, l'arche narrative principale, décrit brièvement le monde sans dépasser une page · L'univers est suffisamment décrit pour être riche mais sans déborder le cadre du projet

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

	<p>- Rédiger une description des différents éléments de l'univers : lieux, personnages, histoire du monde (world building)</p> <p>-Scénariser l'expérience en décrivant les embranchements de l'histoire interactive</p>		<ul style="list-style-type: none"> · Les personnages principaux sont décrits avec profondeur, les personnages secondaires traités plus rapidement, les relations sont mises en évidence · Les choix de narration sont clairement explicités du point de vue de l'utilisateur grâce à des outils de conception orientée utilisateur (UX design) par exemple un ou des scénarios d'usage · la modélisation des embranchements est claire et les liens décisionnels sont commentés
<p>1.4 La rédaction d'une charte graphique</p>	<p>1.4 Définir la direction artistique visuelle d'une expérience ludique interactive incluant une première version de charte graphique pour permettre aux graphistes de produire des premiers graphismes tests à intégrer à une version plus complète du jeu :</p> <p>- Rédiger une pré-charte graphique de l'expérience ludique interactive incluant la direction artistique et des premiers éléments de charte graphique (interface utilisateur, décors, objets et personnages)</p>	<p>cf 1.2</p>	<ul style="list-style-type: none"> · Le style est compatible avec la faisabilité du projet (choix de la 2D ou de la 3D, du type d'animations) · L'approche artistique est originale · La ligne artistique est explicitée clairement et soulignée par des références adéquates et riches, formalisées autour de planches tendances · Les concepts arts (premières esquisses graphiques) donnent une vision suffisante du style recherché et sont en adéquation avec la ligne artistique proposée, il y a harmonie des formes et des couleurs · Des maquettes graphiques (mock-

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			up ou wireframes) expliquent les principes de composition, les éléments actionnables et leurs différents états (retro-actions) qui tiennent compte des pratiques actuelles des joueurs
1.5 La rédaction d'une charte sonore	1.5 Rédiger une charte sonore de l'expérience ludique interactive incluant une première version de la direction sonore, en partenariat ou pour la soumettre à un concepteur sonore (sound designer)	cf 1.2	<p>Les choix sont dirigés par une volonté de créer une expérience émotionnelle pour le joueur/public</p> <p>Le cahier des charges sonore comprend des inspirations écoutables (moodboard sonore) pour les bruitages, les ambiances et les sons d'interaction, à partir de films, jeux, séries ou installations</p> <p>Le style est compatible avec la faisabilité du projet (composition ou utilisation de sons préexistants, enregistrements de voix-off, choix de la spatialisation du son, outils techniques à disposition)</p> <p>Le style choisi est en cohérence avec la direction artistique visuelle</p>
1.6 Le prototypage d'un démonstrateur	<p>1.6 Prototyper un démonstrateur et le tester auprès du public cible afin de recueillir des premiers avis et commencer à rassembler une communauté de fans de l'expérience :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Simuler l'expérience finale en créant un prototype (statique ou interactif) - Organiser des tests (early playtesting) de ce prototype auprès du public cible 	cf 1.2	<ul style="list-style-type: none"> - Le mode de représentation est approprié à l'avancement de l'équipe mais permet de comprendre clairement le type d'interaction pour le joueur (demo-box, walkthrough, prototype papier...) - Les hypothèses à vérifier lors des tests utilisateurs ont été clairement définies - Le test inclut au moins 5-6 joueurs du public cible

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			- Les conclusions de ces présentations sont présentées de manière non biaisée
<p>2. Développement de nouveaux projets d'expériences interactives digitales et ludiques</p> <p>2.1 La veille prospective marché</p>	<p>2.1 Effectuer une veille prospective permettant d'alimenter la créativité et la vision du marché du jeu vidéo afin notamment de ne pas créer un jeu similaire à des expériences récentes et d'identifier de nouveaux marchés possibles, pour pouvoir dialoguer si besoin avec un éditeur ou un service marketing</p> <p>- Analyser un marché pour y positionner un projet d'expérience interactive ludique, en utilisant sa veille ou des techniques d'études de marché</p>	<p><i>Dans le cadre d'une situation professionnelle ou reconstituée, en individuel ou en équipe,</i></p> <p>Présentation orale à des professionnels (éditeurs, responsables de studio, responsables marketing) d'un projet de jeu ou d'expérience digitale interactive.</p> <ul style="list-style-type: none"> - synthèse de la veille sous forme d'analyses de tendance - présentation d'un nouvel concept et de ses USP (unique selling points) - argumentation sur l'opportunité du concept de jeu retenu par rapport à son marché et aux tendances d'usage - présentation d'objectifs stratégiques atteignables en termes d'audience, de durée d'expérience, de monétisation 	<ul style="list-style-type: none"> - La veille inclut des références artistiques et techniques de bonne notoriété, contextualisées par rapport aux usages en vigueur à leur époque - Les données de marché émanent d'organismes de référence et sont recoupées avec plusieurs sources qualitatives ou quantitatives - Les évolutions du marché sont synthétisées, par exemple dans une analyse forces/faiblesse/menaces/opportunités - Les paramètres d'opportunités sont aisément compréhensibles par des investisseurs (évolution de l'audience, identifiée et représentée concrètement)

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

		<p><i>Remarque : la présentation aux investisseurs s'accompagne toujours d'une démonstration de prototype jouable (first playable ou proof of concept) qui est décrite dans le bloc 1 ou le bloc 3</i></p>	
<p>2.2 La constitution et la rédaction de dossiers de financement</p>	<p>2.2 Identifier des investisseurs potentiels et préparer des demandes de financement dans le but, notamment, de participer l'écriture de dossiers type CNC, Pictanovo, voire d'accompagner le responsable du studio dans des commissions de soutien ou des rencontres avec des éditeurs ou investisseurs potentiels. Elaborer le budget de pré-production après avoir vérifié le périmètre du projet envisagé :</p> <p>- Formaliser une demande de subvention écrite (dossier de subvention) en fonction des investisseurs ciblés, pour pré-produire un projet, en intégrant un budget de pré-production</p>	<p>Cf 2.1</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les investisseurs potentiels sont identifiés en fonction de leurs projets récents, qui ne sont pas similaires à ceux proposés - Les enjeux des investisseurs (ligne éditoriale, patrimoine culturel français, soutien à la création de nouvelles licences...) sont compris et listés - L'argumentaire destiné aux investisseurs est adapté en fonction de leurs besoins et objectifs - Le budget de pré-production est détaillé et argumenté, en phase avec le type d'expériences similaires étudiées - La demande de financement s'il y a lieu est en rapport avec l'ambition et l'évolution du projet et inclut tous les coûts nécessaires
<p>2.3 La rédaction de notes d'opportunités de création d'un nouveau type d'expérience interactive</p>	<p>2.3 Formaliser une note d'opportunité pour un concept d'expérience digitale ludique</p> <p>Définir des objectifs stratégiques pour un projet, en terme d'audience et de monétisation (premium, freemium, DLC...)</p>	<p>Cf 2.1</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La note d'opportunité inclut les forces du projet synthétisées autour des USP (unique selling points) - Les USP sont précis (public cible cœur suffisamment restreint, positionnement

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			<p>marché bien segmenté par rapport aux concurrents)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les données d'audience et de qualité d'expérience (accueil critique, durabilité) des jeux ou expériences de référence sont utilisés pour définir des objectifs atteignables - La monétisation choisie est en adéquation avec les usages du public cible, le concept du jeu dans sa dimension ludique et artistique, le coût du projet
<p>3. Supervision de la réalisation d'une expérience digitale interactive</p> <p>3.1 La définition d'organisation de projet</p>	<p>3.1 Organiser une équipe projet en définissant la méthode de gestion du projet (agile, classique) et ses différentes échéances et rythme de production afin de garantir à l'éditeur, aux investisseurs, un niveau de qualité ou une vitesse de production et prévoir dates de diffusion et plans de communication</p>	<p><i>Dans le cadre d'une situation professionnelle ou reconstituée</i></p> <p>Note d'analyse individuelle rétrospective (post mortem) d'une production ou pré-production d'expérience digitale interactive ludique, incluant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - organisation et composition de l'équipe, organisation du pipeline de production, - choix et pilotage de la communication en interne et en externe pendant le projet, - identification des facteurs de risques et de qualité projet (bonnes pratiques) - fonctionnement individuel en situation de collaboration et de leadership dans son métier 	<ul style="list-style-type: none"> - Les compétences métiers et niveaux de maîtrise de l'équipe sont correctement identifiés et recouvrent bien les compétences nécessaires au projet - Les manques de compétences sont identifiés s'il y a lieu et un plan de formation ou un changement de périmètre est envisagé au besoin - La gestion de projet choisie est en phase avec les exigences du projet (cascade/waterfall si échéance/deadline de sortie du jeu, conduite de projet agile pour un projet en amélioration continue ou avec des téléchargements réguliers (downloadable content), prise en compte de production à l'étranger/offshore s'il y a lieu) - Le planning de production inclut un nombre d'itérations suffisant pour garantir la qualité des réalisations, des revues régulières du projet sont prévues

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			<ul style="list-style-type: none"> - Le planning de production prend en compte les dépendances techniques et les fonctionnalités sont implémentées dans un ordre logique
<p>3.2 La définition des choix techniques, supervision et arbitrage dans leur mise en œuvre par l'équipe projet</p>	<p>3.2 Définir des choix techniques pour une expérience interactive ludique, rédiger une recommandation technique en incluant la chaîne de production (pipeline) de production, garantissant ainsi la qualité de l'expérience et le minimum de contenus téléchargeables après la première diffusion de l'expérience, ainsi que l'efficacité de l'équipe :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Préparer une note de recommandation technique pour un projet, afin de préciser quels outils seront mis en place pour assurer la qualité et la compatibilité de l'expérience avec un maximum d'environnements - Choisir des outils et modes de collaboration pour garantir la fiabilité des process et la production des assets de jeu (pipeline) 	Cf 3.1	<ul style="list-style-type: none"> - La recommandation technique prévoit des outils reconnus et maintenus, pour lesquels une communauté technique suffisante est présente - Les choix techniques s'adaptent à la maîtrise de l'équipe (langages de programmation, prise en main des logiciels graphiques) et sont cohérents entre eux - Les choix techniques sont étayés par des pré-tests ou l'avis de professionnels les ayant testés, ou encore des comptes-rendus de la presse spécialisée - Le pipeline mis en place s'adapte aux compétences de l'équipe et au coût du projet, les logiciels choisis sont argumentés, la gestion des assets inclut les questions principales de résolution, nomenclature, de sauvegarde, de validation - Le pipeline complet est testé à petite échelle, ce qui permet d'obtenir des données concrètes de productivité

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>3.3 La communication interne au projet (investisseurs, équipe projet)</p>	<p>3.3 Manager une équipe projet créative et résoudre les problèmes au quotidien en favorisant une communication fluide afin de fidéliser les équipiers de son métier, maintenir leur autonomie et communiquer des résultats auprès du game director ou du responsable de studio :</p> <p>- Analyser et appliquer des pratiques managériales, de résolution de problèmes et de mise en place de communication pour améliorer des pratiques</p>	<p>Idem 3.1</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les outils favorisant la co-création sont mis en avant (jeux d'innovation, brainstormings) - L'écoute et l'échange sont favorisés dans un mode de relation horizontal - La communication est fluide, les rendez-vous réguliers sont prévus, quotidiens ou hebdomadaires suivant le besoin - Les documents de communication sont organisés en dossiers clairs, nomenclaturés et versionnés, synthétiques - Les responsabilités et le mode de validations ont été négociés et définis en équipe
<p>3.4 L'organisation du plan de test et le suivi de son exécution</p>	<p>3.4 Superviser l'amélioration continue des projets d'expériences digitales ludiques et des équipes métiers qui les réalisent afin d'être en capacité de créer et produire en parallèle de nouvelles expériences et assurer la longévité du studio face à la concurrence mondiale :</p> <p>- Développer et partager une expertise métier grâce aux outils de la recherche appliquée en réalisant un état de l'art sur son domaine d'expertise, en mettant en place des outils de recherche fiables, ceci afin de pouvoir communiquer ses conclusions en interne à l'entreprise</p>	<p><i>Dans le cadre d'une situation professionnelle :</i></p> <p>Rédaction d'un travail de recherche appliquée (thèse professionnelle), individuel, en lien avec l'évolution prospective de son métier (évolution technologique, méthodologique, sectorielle).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La veille prospective métier (participation à des conférences entre professionnels, lectures d'ouvrages de référence...) est formalisée sous forme d'un état de l'art et peut être présentée en inter à l'équipe ou en externe - Les problématiques métiers sont clairement identifiées et hiérarchisées - Des hypothèses de recherche pour l'amélioration continue sont posées et peuvent être vérifiées - Dans la mesure du possible, les hypothèses de recherche sont confirmées par des datas d'expérience utilisateur (monétisation, gameplay) - Les conclusions intègrent les conditions de mise en place d'un changement dans l'entreprise

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

			<p>pour assurer une meilleure qualité de conception et de production</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les conclusions de recherche peuvent mener à des améliorations fonctionnelles sur les projets d'expérience interactives de l'entreprise
<p>4. Stratégie de promotion et de communication d'une expérience interactive digitale ludique</p> <p>4.1 L'identification de canaux de diffusion</p> <p>4.2 La définition d'une stratégie de communication et de lancement</p>	<p>4.1 Définir une stratégie de communication, de lancement, de relations presse pour que l'expérience réalisée touche le plus large public possible et que sa diffusion soit attendue, voire solliciter la participation de la communauté pour les finitions du projet (early access, beta-testing)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifier les canaux de diffusion et concevoir une communication transmédia (réseaux sociaux, web, événementiel) - Concevoir les principes clefs de la communication (slogan/baseline de communication, logo de projet, ligne éditoriale) en lien avec le modèle économique du projet 	<p><i>Dans le cadre d'une situation professionnelle ou reconstituée :</i></p> <p>Présentation orale de la stratégie de communication et diffusion d'un projet collectif d'expérience interactive digitale et ludique devant des professionnels des métiers de la conception et de la production d'expériences interactives</p> <ul style="list-style-type: none"> - présentation du projet (démonstration, playtest) - budget de communication en lien avec le budget de production du jeu / de l'expérience - stratégie d'acquisition des joueurs - promotion du projet au niveau institutionnel - prototypes d'outils de communication et users tests de ceux-ci 	<ul style="list-style-type: none"> - Les canaux de diffusion sont cohérents avec la monétisation prévue, le type de communauté de joueurs ciblés, les pays visés, ainsi que le modèle économique du projet - La date de sortie est appropriée à la saisonnalité des achats (Noël) et aux plateformes de vente ciblées - Le plan de communication intègre la date de sortie et un effort particulier est prévu au moment des ventes - L'animation de la communauté de futurs joueurs est prévue en amont de la sortie mais aussi en aval de la mise en vente - Les principes clefs de la communication, dont les visuels et la ligne éditoriale sont adaptés à la cible prévue et à la plateforme de diffusion - Les éléments éditoriaux ou visuels sont en cohérence avec l'essence du projet (ton, niveau de finition graphique, type d'expérience)

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

		- stratégie de déploiement de la communication dans le temps	
4.2 La définition d'une stratégie de communication et de lancement	4.2 Présenter la stratégie de communication et de diffusion d'une expérience ludique interactive à des investisseurs potentiels (employeurs, studios de production, financeurs publics type CNC	Cf 4.1	<ul style="list-style-type: none"> - La durée de présentation est adaptée à la disponibilité des investisseurs (10 à 20 minutes) - Le support de présentation est concis et rappelle les points essentiels du projet et de sa stratégie de lancement et de communication, en anglais ou en français grâce à des illustrations aisément compréhensibles - Les réponses aux questions des investisseurs démontrent une connaissance accrue du type de jeux similaires et de leurs contraintes économiques et techniques, ainsi que de la qualité des expériences qu'ils proposent - L'équipe a identifié les différents modes de communication déployés par des jeux/expériences similaires afin de justifier ses choix
4.3 La conception d'outils de promotion du projet	<p>4.3 Assurer la promotion du projet, en concevant des outils de promotion et en assurant une présence régulière comme déterminée au plan de communication pour mobiliser une large diffusion du trailer de l'expérience (vidéo promotionnelle) :</p> <p>- Concevoir des outils de promotion du projet auprès du grand public (boîtier de jeu, page web/landing page, réseaux sociaux...)</p>	Cf 4.1	<ul style="list-style-type: none"> - La diffusion des informations projet est régulière (blog des développeurs, informations sur les réseaux sociaux) - La participation à des événements, festivals, salons, concours est prévue sur plusieurs événements adaptés au projet - La cohérence de la communication est conservée

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

	<p>- Participer à des événements de promotion du projet pour développer un argumentaire et recueillir en direct les réactions du public.</p>		
<p>4.4 La promotion opérationnelle du projet</p>	<p>4.4 Piloter la communication du projet envers les investisseurs internes ou externes pour rassurer les investisseurs et préserver l'absolue confidentialité des projets avant les dates de sortie prévues</p>	<p>Cf 4.1</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les points d'avancement sont préparés à l'avance (démonstration du prototype, support de présentation pour rappeler les enjeux du projet et le suivi des réalisations, ainsi que les problèmes éventuels) - Chaque réunion avec les investisseurs est suivie d'un compte rendu de réunion opérationnel - La communication écrite comme orale est efficace : les courriers ou courriels sont synthétiques et suivis de rappels, les documents à disposition de l'extérieur sont mis à jour régulièrement et partagés dans un dossier centralisé - Les points complexes sont abordés lors de réunions physiques avec les investisseurs

Le cas échéant, description de tout autre document constitutif de la certification professionnelle

ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE