

**RNCP34814 - DIRECTEUR ARTISTIQUE MULTIMEDIA
REFERENTIELS D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION
L'ECOLE MULTIMEDIA**

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

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
Analyse des besoins d'une entreprise et proposition d'une stratégie créative			
<p>A1.1 - Brief et contexte</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réception et étude de briefs client, appels d'offre et/ou cahiers des charges. - Étude du positionnement du commanditaire et de la marque. - Étude de la concurrence et de l'environnement du commanditaire. <p>A1.2 - Personas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Étude des besoins de l'utilisateur final. - Réalisation de personas. <p>A1.2 - Proposition(s)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Propositions créatives (sous forme de prototypes), adaptées à différents supports. - Présentation et explication d'une démarche artistique et de préconisations, au client et aux différents acteurs du projet. 	<p>C1.1 - Analyser la demande du commanditaire, en s'appuyant sur la lecture du brief et des documents fournis (charte graphique, charte éditoriale, charte interactive, positionnement de marque...) afin de comprendre la stratégie de communication, les enjeux, les valeurs, les forces et les faiblesses de la marque et pouvoir formuler des propositions de dispositifs visuels adaptés.</p> <p>C1.2 - Analyser l'environnement du client et de la marque, grâce à des études de marchés et de la concurrence, afin d'approfondir ses connaissances et enrichir sa compréhension du contexte du projet.</p> <p>C1.3 - S'immerger dans l'univers d'une marque en interrogeant des spécialistes et/ou en consultant la littérature s'y rapportant, afin d'en comprendre les spécificités.</p> <p>C1.4 - Identifier les comportements et les motivations des utilisateurs finaux (end-users), par le biais d'enquêtes utilisateurs (interviews, tests...), afin de répondre au mieux à leurs attentes et à leurs besoins.</p> <p>C1.5 - Structurer et synthétiser les informations recueillies sur les profils utilisateurs (personas), sous forme de « fiches » visuelles claires, afin de permettre à chaque acteur du projet de rester centré sur la cible.</p> <p>C1.6 - Représenter visuellement le parcours utilisateur à travers une carte d'expérience (expérience map), afin de permettre à tous de comprendre le comportement des</p>	<p>Évaluation du bloc « Analyse des besoins d'une entreprise et proposition d'une stratégie créative »</p> <p>Mise en situation professionnelle simulée, étude de cas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présentation des méthodes d'analyses mises en œuvre pour comprendre les besoins et contraintes du commanditaire, appréhender la stratégie de marque existante, identifier l'environnement et la concurrence, et définir les profils et usages des utilisateurs finaux. - Réalisation d'une direction artistique. - Rédaction d'un cahier des charges. <p>Présentation orale devant un jury et remise de document écrit</p> <p>Présentation orale et remise d'un cahier des charges décrivant les analyses réalisées, une synthèse, la stratégie préconisée et les propositions créatives.</p>	<p>Analyses</p> <ul style="list-style-type: none"> - La reformulation du brief est claire et synthétique et permet de vérifier la compréhension des enjeux de la marque et les attentes du client. - Les différents éléments de communication du client ont été recensés. - L'étude de ces documents permet de dégager des conclusions sur les faiblesses et les forces de la stratégie de communication en vigueur, ainsi que sur la qualité des supports de communication existants. - Les informations quantitatives et/ou qualitatives recueillies (benchmark, étude du marché, contexte) sont riches d'enseignements, et permettent de confirmer les orientations choisies. <p>Questionnaire utilisateur</p> <ul style="list-style-type: none"> - Il est adapté à la cible, - Les questions sont simples, - La mise en page permet la compréhension des questions. - Les personas sont représentatifs et permettent d'identifier les besoins et les freins de la cible.

	<p>utilisateurs finaux, identifier les principaux points critiques et améliorer un produit.</p> <p>C1.7 - Identifier, analyser et s'appropriier les tendances en faisant preuve de curiosité et en pratiquant une veille active sur la création graphique et le design, l'émergence de nouveaux outils et techniques de communication et l'évolution des technologies associées, afin de comprendre les spécificités et le potentiel de chaque support de communication et en exploiter pleinement les possibilités (limites, évolutions, secteurs, tendances et enjeux).</p> <p>C1-8 - Créer des prototypes (sous forme de maquette, rough et/ou story-board animé) en s'appuyant sur les règles de la communication visuelle adaptée au multimédia, à la mise en page et à la typographie, afin de définir une direction artistique.</p> <p>C1-9 - Synthétiser les propositions créatives dans un cahier de préconisations (cahier des charges) comprenant des planches tendances (moodboard), des maquettes, des scénarii..., ainsi que le budget et le planning prévisionnels, permettant aux différents acteurs d'un projet de s'appropriier les principes graphiques et interactifs proposés et de les valider.</p> <p>C1-10 - Formuler clairement au client, grâce à un vocabulaire professionnel adapté et argumenté, les principes graphiques et interactifs d'un projet, ainsi que le budget et le planning prévisionnels, afin d'obtenir sa validation.</p>		<p>- La qualité visuelle de la représentation du parcours utilisateur (expérience map) permet à l'équipe de comprendre le comportement des utilisateurs finaux.</p> <p>Préconisations</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les planches tendances (moodboard) permettent d'appréhender l'ambiance graphique proposée et font preuve d'une culture graphique fondée par la veille. <p>Les propositions créatives sont de qualité et pertinentes au regard de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'analyse de la marque, - l'analyse de l'environnement, - l'analyse des tendances, - l'analyse de la cible, - la prise en considération des contraintes financières et du calendrier. <ul style="list-style-type: none"> - Les moyens et les supports de communication choisis sont cohérents au regard du concept stratégique dégagé et de leur efficacité opérationnelle, dans le contexte du projet. <p>Cahier des charges</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le cahier des charges (de préconisations) est clair, lisible, complet, sans fautes d'orthographe. Il comprend : <ul style="list-style-type: none"> - un récapitulatif de la problématique du client, - un benchmark de l'existant, - un benchmark de la
--	--	--	---

			<p>concurrence,</p> <ul style="list-style-type: none">- les personas,- des prototypes permettant la compréhension et l'illustration d'un concept créatif,- un budget prévisionnel,- un planning prévisionnel. <p>Présentation</p> <ul style="list-style-type: none">- Qualité de la posture orale.- Capacité d'argumentation.qualité de la diction.- Choix du vocabulaire professionnel.- Qualité de l'écoute.
--	--	--	--

Conception d'un projet de design graphique et interactif			
<p>A2.1 - Conception globale - Élaboration de concepts graphiques et interactifs déclinables.</p> <p>- Conception d'identité visuelle globale.</p> <p>- Conception d'objets visuels (animations, datavisualisations...).</p> <p>A2.2 - Communication - Production d'un document de synthèse décrivant les concepts graphiques et interactifs à destination des équipes de travail.</p>	<p>C2-1 - Réaliser des maquettes fonctionnelles et ergonomiques (wireframe, mockup ou zoning) à l'aide d'un outil de prototypage adapté (type Axure, Basamiq, Sketch), permettant la représentation des interfaces ainsi que la hiérarchie d'information, afin de rendre compréhensible et duplicable un concept graphique et interactif par les équipes de travail.</p> <p>C2-2 - Coordonner et animer un ou des groupes de travail et de réflexion, afin de recueillir des propositions graphiques et en apprécier la qualité, la pertinence, la faisabilité.</p> <p>C2-3 - Réaliser un story-board des écrans du projet en représentant un enchaînement simulant les interactions du support ainsi que la hiérarchie d'information, afin de scénariser une expérience client.</p> <p>C2-4 - Appliquer les règles d'accessibilité, dans le respect des protocoles et préconisations émises par le W3C (World Wide Web Consortium) en choisissant les éléments (couleurs, contrastes, typos, maquettes, sous-titre, optimisation pour mobile...) qui permettront au plus grand nombre d'accéder à tous les contenus, quels que soient leurs capacités physiques ou mentales, leur matériel, leur infrastructure réseau, etc.</p> <p>C2-5 - Choisir une iconographie pertinente au regard d'un parti pris graphique, afin d'illustrer de façon unique la stratégie de la marque.</p> <p>C2-6 - Concevoir des représentations visuelles (animations, cartes, tableaux, chronologies, graphiques...) cohérentes et hiérarchisées, en organisant et synthétisant graphiquement des données brutes et complexes, afin de les rendre compréhensives.</p>	<p>Evaluation du bloc « Conception d'un projet de design graphique et interactif »</p> <p>Mise en situation professionnelle simulée, étude de cas - Rédaction d'une charte graphique décrivant précisément l'identité visuelle (choix des typos, couleurs, maquette, iconographie...).</p> <p>- Réalisation de maquettes fonctionnelles, prototypes et déclinaisons, d'un support de communication interactif (site internet, application mobile, borne...), d'une animation et d'une datavisualisation.</p> <p>Présentation orale devant un jury et remise de document écrit - Présentation et remise d'une charte graphique complète décrivant le concept graphique et interactif proposé.</p>	<p>- Les wireframes contiennent l'ensemble des informations nécessaires : fonctionnalités, services, navigation, interactions, hiérarchisation des contenus, zones de texte, emplacement des médias, des liens, des éléments graphiques...</p> <p>- L'arborescence permet une représentation précise de l'organisation du site (ou de l'appli).</p> <p>- La description du chemin réalisé par un utilisateur est claire.</p> <p>- Les ateliers de brainstorming sont mis en place et permettent de dégager des idées.</p> <p>- Les propositions des équipes sont prises en considération.</p> <p>- L'iconographie proposée est pertinente.</p> <p>- Le concept d'animation proposé (graphisme, timing, scénario, choix des effets...) répond à la problématique client.</p> <p>- Le concept de datavisualisation proposé (graphiques, cartes, tableaux et autres représentations), permet de rendre compréhensibles des informations complexes.</p> <ul style="list-style-type: none"> - éléments recueillis pertinents, - création et/ou choix des pictogrammes,

	<p>C2-7 - Structurer des informations sous forme d'une charte graphique présentant un concept graphique, une identité visuelle et les principes interactifs d'un projet, afin de permettre aux différents acteurs (graphistes, motion designers, illustrateurs, photographes...) de se référer à un document commun.</p>		<ul style="list-style-type: none"> - hiérarchisation des données, - utilisation pertinente de la typographie et des couleurs, - prise en compte des difficultés de lecture pour des personnes en situation de handicap. <p>Charte graphique Les règles d'utilisation des éléments graphiques choisis sont référencées dans une charte graphique claire et lisible, qui comprend :</p> <ul style="list-style-type: none"> - un rappel du concept créatif, - l'identité visuelle : logo(s), choix des typos, couleurs, - les wireframes, - le story board des écrans, - l'arborescence, - l'iconographie, - les déclinaisons sur différents supports. <p>Présentation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacité à argumenter ses choix conceptuels à l'oral. - Choix du vocabulaire professionnel. - Qualité de la posture orale. - Qualité de la diction. - Qualité de l'écoute.
--	---	--	--

Pilotage de la réalisation d'éléments graphiques et interface avec un client			
<p>A3.1 - Pilotage</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organisation de la réalisation des éléments de communication. - Choix et gestion de l'équipe de réalisation (en interne et prestataires externes). - Organisation de points d'étape et de validation avec l'équipe et le client. <p>A3.2 - Réalisation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Collaboration à la réalisation des différents supports de communication. - Contrôle (et correction) des éléments réalisés. <p>A3.3 - Présentation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présentation et livraison au client des réalisations. - Production de documents de référence et de synthèse. 	<p>C3-1 - Planifier les étapes de production des objets de communication, en utilisant des outils de pilotage dédiés (type Gantt...), en faisant preuve d'un bon sens de l'organisation et de méthodologie, afin de respecter le planning et le budget validé par le client.</p> <p>C3-2 - Superviser les équipes de production, en interne et/ou en externe, grâce à sa connaissance des spécificités et des contraintes des différents intervenants (graphistes, illustrateurs, motion designers, photographes, réalisateurs vidéo...), amenés à travailler sur un projet commun.</p> <p>C3-3 - Résoudre les conflits et trouver des solutions, en faisant appel à ses qualités de manager et sa résistance au stress, afin de garantir la cohésion d'équipe et la motivation autour du projet.</p> <p>C3-4 - Organiser la communication, en choisissant et mettant en place des outils et moyens adaptés (réunions de cadrage, plateforme de travail collaborative...) afin de permettre le suivi de la production à tous les acteurs du projet et d'en assurer la qualité et la cohérence.</p> <p>C3-5 - Contrôler les réalisations produites, en s'appuyant sur la charte graphique et en veillant tout particulièrement au respect des normes d'accessibilité, afin d'assurer de la conformité des éléments réalisés avec le projet validé par le client.</p> <p>C3-6 - Utiliser les outils, logiciels, langages de programmation (type Photoshop, Illustrator, In Design, After Effects, Animate, HTML/CSS, dispositifs en ligne...) afin de commander, produire et/ou corriger des réalisations.</p> <p>C3-7 - Exprimer efficacement ses choix et conseiller un</p>	<p>Evaluation du bloc « Pilotage de la réalisation des éléments graphiques et interface avec le client »</p> <p>Mise en situation professionnelle, étude de cas Travail réalisé en équipe avec des graphistes, chefs de projet, développeurs, motion designers....</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pilotage de la réalisation d'éléments de communication. - Echanges avec le commanditaire. <p>Présentation orale devant un jury et remise de document écrit</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présentation de la méthode et des outils d'organisation et de suivi de projet. - Présentation et remise des outils de communication réalisés (sites, appli, dataviz, animations, print...). 	<ul style="list-style-type: none"> - Les outils de gestion de projet sont mis en place et utilisés à bon escient. - Les étapes de travail sont correctement décrites et respectées. - Les outils de communication choisis sont adaptés au projet et permettent de coordonner le groupe de travail. - Les consignes données à l'équipe de production sont claires et les rendus conformes à la demande. - Le projet a été réalisé dans le respect du budget et du planning. <p>Les réalisations sont vérifiées et validées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - elles sont conformes à la proposition initiale validée par le commanditaire et à la charte graphique, - elles respectent les normes d'accessibilité. <ul style="list-style-type: none"> - L'organisation, la planification et le suivi de la relation client sont consignés dans un document. - Les documents remis constituent la référence dans le temps, pour le commanditaire et pour les équipes de travail. <p>Présentation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacité à argumenter ses choix

	<p>client tout au long du projet, en faisant preuve de diplomatie et de capacité de vulgarisation, afin de lui donner la visibilité nécessaire à l'arbitrage des décisions.</p> <p>C3-8 - Produire une documentation complète de conception et de réalisation, à destination du commanditaire, comprenant un rappel du brief, les analyses de la marque et des utilisateurs, le benchmark, les différentes étapes de création, les pistes graphiques et la charte graphique, permettant de pérenniser le projet.</p>		<p>conceptuels à l'oral,</p> <ul style="list-style-type: none">- Choix du vocabulaire professionnel,- Qualité de la posture orale,- Qualité de la diction,- Qualité de l'écoute,- Clarté et lisibilité des rendus.
--	---	--	--