

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

### Document présenté en annexe

#### 5 - REFERENTIELS

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. »

<b>REFERENTIEL D'ACTIVITES</b> <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	<b>REFERENTIEL DE COMPETENCES</b> <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	<b>REFERENTIEL D'ÉVALUATION</b> <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		<b>MODALITÉS D'ÉVALUATION</b>	<b>CRITÈRES D'ÉVALUATION</b>
<b>BLOC 1 Définir une stratégie de communication visuelle et multimédia du projet d'un commanditaire</b>			
<b>Activité 1- Analyse du brief client et contextualisation de la situation du commanditaire</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Etablissement d'un brief client, appel d'offres et cahier des charges</li> <li>▪ Etude de la concurrence et de l'environnement du commanditaire</li> <li>▪ Identification des caractéristiques graphique et éditoriale du commanditaire</li> </ul>	<p>B1C1. Recueillir les besoins créatifs du client dans le cadre d'un entretien de découverte afin de les analyser et les formaliser dans un brief client</p> <p>B1C2. Réaliser un benchmark national et international en s'appuyant sur une analyse concurrentielle détaillée afin d'en établir des indicateurs en termes de forces et faiblesses et préparer des éléments de recommandations à proposer au client</p> <p>B1C3. Identifier les caractéristiques de la charte graphique et éditoriale existante en étudiant les paramètres de positionnement, de déclinaisons et les différents outils de communication utilisés par le client afin d'établir une première évaluation des données techniques</p>	<p><b>Epreuve 1- Dossier Professionnel</b></p> <p><b>Réalisation d'un concept créatif de communication visuelle pour un commanditaire (réel ou fictif)</b>  <i>(Bloc 1- B1C1 à B1C3)</i></p> <p><b>Partie 1 – Synopsis du projet et analyse du brief client</b>                      A partir d'éléments documentaire et d'un brief client, le candidat présente l'analyse de la problématique et de l'environnement du commanditaire.                      Le Candidat présente un synopsis écrit du projet et une présentation visuelle animé dans lequel il expose les objectifs du client, les contraintes budgétaires, temporelles et technique du client, la problématique du commanditaire ainsi que le contexte avec des sources chiffrées dans un langage adapté.</p> <p><b>Présentation orale devant un jury de 20 minutes.</b>                      Le candidat introduit sa présentation devant le jury installé par une présentation de 2 minutes environ expliquant la nature et la problématique du projet réalisé,                      Les particularités de son projet ainsi que les difficultés rencontrées sont commentées.</p>	<p><b>Cr1. Identification des besoins créatifs du client :</b>                      Le candidat a identifié la problématique du client lié à une réalité du marché (problématique conjoncturelle, de modernité, changement de société qui oblige la demande à faire évoluer son identité...).</p> <p>Il présente de façon synthétique les éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'actualité du client, son histoire, sa culture, ses produits, ses marques.</li> <li>- Son marché (a minima la spécificité du secteur d'activité et la cible)</li> <li>- La législation qui impacte son activité et présente à minima un article de loi</li> </ul> <p><b>Cr2. Rédaction d'un benchmark visuel :</b>                      Le candidat présente une analyse concurrentielle et positionne la structure du commanditaire sur son marché. Il présente un benchmark visuel comprenant les éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le positionnement du commanditaire par rapports à ses autres concurrents par rapport à sa cible marché est précisé</li> <li>- Sa signature ou ses éléments différenciants identifiées</li> <li>- Sa cible visé est présentée (utilisateur, client, ou consommateurs)</li> <li>- Les concurrents directs et indirects sont précisées</li> <li>- L'analyse concurrentielle est sectorisée et chiffrée</li> </ul>

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

### Document présenté en annexe

			<p><b>Cr3.les caractéristiques de la charte graphique</b>          Le candidat présente l'analyse de la charte graphique existante du commanditaire. A partir du livre des normes du commanditaire, le candidat décrit les règles graphiques ainsi que les composants de cette charte graphique. Il analyse les trois éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>La colorimétrie est décrite</b> : couleur du logo et celle des éléments qui l'accompagne, Les couleurs qui interviennent dans la réalisation des autres éléments visuels doivent être également précisées ainsi que les modalités d'utilisation qui varient selon les outils d'information.</li> <li>- <b>La signature visuelle est choisie</b> : la symbolique, les caractéristiques et les modalités de son utilisation sont présentés.</li> <li>- <i>La typographie est choisie</i> : le choix de la police pour le logo et celles pour les autres éléments graphiques sont explicités.</li> </ul> <p>Il expose oralement les éléments qu'il a identifié comme étant perfectible pour améliorer la charte graphique. Les éléments proposés permettent d'apporter une lecture homogène de l'identité visuelle.</p>
<p><b>Activité 2- Veille technologique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Organisation d'une veille technologique, artistique, sociétale et réglementaires</li> <li>▪ Analyse des résultats des veilles</li> <li>▪ Plan d'amélioration</li> </ul>	<p>B1C4. Etablir une veille technologique et artistique une veille des tendances design, sociétale et réglementaires en s'appuyant sur une analyse détaillée des innovations et outils récents afin de les intégrer dans la démarche conceptuelle et la stratégie de communication et à terme, optimiser le processus</p> <p>B1C5. Analyser les résultats de la veille stratégique, les informations recueillis par la data visualisation et l'automatisation d'analyse afin d'en estimer le degré de menaces ou d'opportunités qui pourront être utilisé pour la prise de décision stratégique</p>	<p><b>Epreuve 1- Dossier Professionnel</b></p> <p><b>Réalisation d'un concept créatif de communication visuelle pour un commanditaire (réel ou fictif)</b>  <i>(Bloc 1- B1C4 et B1C5)</i></p> <p><b>Partie 2 – Stratégie créative</b>          Cette partie présente les veilles réalisées et la stratégie créative et technologique :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Données de l'environnement de traitement avec chiffres et sources précises.</li> <li>- le processus de veille technologique et artistique déployé</li> <li>- les outils et méthodes utile à la démarche</li> </ul> <p>Le candidat présentera à l'oral les dossiers sur les différentes veilles et expertises qu'il a réalisées sous de nombreuses formes de visualisation afin de faciliter la lecture (graphiques, nuages de mots clefs,</p>	<p><b>Cr4. Veille technologique et artistique</b></p> <p>Le candidat décline le processus de veille qu'il a mis en œuvre sur la base des trois éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>L'évolution des pratiques professionnelles</b> : Il dresse un état des lieux des pratiques professionnelles qui mettent en lumière les évolutions en matière de design numérique (nouveaux outils, nouvelles méthodes de travail, nouveaux modes d'organisation) et de techniques de communication.il précise ses sources et illustre son argumentaire avec des données chiffrés.</li> <li>- <b>La veille technologique</b> : le candidat analyse différents logiciels/technologies existantes pour appréhender les besoins des commanditaires. Il cite à minima trois technologies référentes dans le domaine et présente leurs principales fonctionnalités en lien avec la production artistique.</li> <li>- <b>La veille artistique</b> : il analyse des tendances à partir d'une observation réalisée sur les réseaux sociaux</li> <li>- il liste les réseaux sociaux qu'il a consulté</li> <li>- il présente la méthodologie de recherche qu'il a utilisé en s'appuyant sur les fonctionnalités spécifiques offerte pour chaque réseau</li> </ul>

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

### Document présenté en annexe

		listes, géolocalisation ...) Il explicitera les outils utilisés : outils de veille réseaux sociaux, outils de veille média, site web, tarifaire, éditorial et présentera sa stratégie.	<p><b>Cr5. Analyse des résultats de la veille</b> Le candidat présente une veille stratégique complète :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Il a identifié les changements de tendance dans le résultat et le fait correspondre avec l'analyse qu'il a établi</li> <li>- Il propose des orientations visuelles liés à la veille qu'il a mis en place et les fait correspondre avec le besoin du client</li> </ul> <p>Il présente un moodboard des tendances pour illustrer sa stratégie. Le moodboard est composé de photos, vidéos, autocollants animés (type GIPHY) et présente des qualités artistiques. Les éléments composant ce visuel doivent alimenter le prototypage à venir.</p>
<p><b>Activité 3 - Proposition(s) créatives et commerciales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Rédaction d'un cahier de préconisations</li> <li>▪ Définition des planning et budget prévisionnel</li> <li>▪ Etude de faisabilité</li> <li>▪ Présentation d'un argumentaire écrit définissant les choix artistiques, stratégiques et techniques choisis</li> </ul>	<p>B1C6. Regrouper les différentes propositions créatives en établissant un cahier des charges comprenant les différents éléments d'axes créatifs, le planning prévisionnel ainsi que le budget prévisionnel afin de s'assurer de la validation et de la compréhension du besoin du client par l'équipe créative en charge de la production du projet</p> <p>B1C7. Réaliser une étude de faisabilité du projet en s'appuyant sur l'historique des opérations de communication de la marque afin d'identifier les éventuelles contraintes à la bonne réalisation du projet et mieux cadrer les objectifs à atteindre</p> <p>B1C8. Formaliser une proposition commerciale en mettant en relief les contraintes techniques, budgétaires et les éléments de planification afin de le faire valider par le client dans un premier temps, et outiller les équipes créatives au moment de la production de contenus</p> <p>B1C9. Préparer la présentation client en rassemblant les différentes propositions (moodboard, maquette, prototype,) et en préparant un argumentaire écrit afin de présenter de façon claire et précise une stratégie de communication respectant l'identité visuelle du client</p>	<p><b>Epreuve 1- Dossier Professionnel</b></p> <p><b>Réalisation d'un concept créatif de communication visuelle pour un commanditaire (réel ou fictif)</b> (Bloc 1- B1C6 à B1C9)</p> <p><b>Partie 3 -Réalisation d'une proposition créative et d'un cahier des charges partiel</b></p> <p>Le candidat présentera un dossier technique :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- un cahier des charges partiel (le cahier des charges de la demande)</li> <li>- Une proposition commerciale et technique qui comprend :</li> <li>- Une ébauche de Charte graphique</li> <li>- Prototypes visuels déclinés</li> <li>- Analyse des choix stratégiques.</li> <li>- Budget</li> </ul> <p>L'ensemble des livrables en prototypes imprimés ou digitaux qui répondent à la solution et à la stratégie envisageable.</p> <p><b>Présentation oral – 30 minutes devant le jury :</b></p> <p>Le candidat devra présenter à l'oral la proposition créative et justifier ses choix créatifs en présentant un argumentaire synthétisant ses analyses, ses</p>	<p><b>Cr6. Le cahier des charges de la demande</b></p> <p>Le candidat présente un cahier des charges partiel spécifique à la direction artistique. Le cahier des charges comprend :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les besoins de la demande ou un brief créatif (réel ou fictif)</li> <li>- les contraintes graphiques, temporelle et juridique</li> <li>- les objectifs de communication à atteindre</li> <li>- la cible de communication</li> </ul> <p>Le cahier des charges est conforme aux pratiques professionnelles du secteur et les éléments proposés sont exhaustifs.</p> <p><b>Cr7.une étude de faisabilité</b></p> <p>Les contraintes budgétaires et techniques sont identifiées de manière exhaustive et sa mise en lien dans une étude de faisabilité complète.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les moyens financiers, humains et techniques proposées sont compatibles avec les objectifs du projet créatifs</li> <li>- le projet créatif proposé est faisable dans l'environnement du commanditaire (politique, concurrentiel, légal, réglementaire)</li> <li>- Le projet permet de couvrir les exigences du client (Bénéfices, qualité, délais...)</li> </ul> <p><b>Cr8. Le budget</b></p> <p>Le candidat présente un tableau synthétisant le budget global du projet créatif :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- le budget est exprimé en cout HT</li> </ul>

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

### Document présenté en annexe

		<p>orientations stratégiques en prenant en compte les objectifs du commanditaire.</p> <p>Il présente la démarche qu'il a mis en œuvre pour définir le projet créatif de façon chronologique</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Il présente les étapes du projet et le lien avec les ressources internes afin de rassurer le client sur la mobilisation de son équipe</li><li>- il expose les préconisations de mise en œuvre</li><li>- Le message véhiculé</li><li>- Le contenu et les représentations visuels</li><li>- Les pistes d'orientations</li><li>- Les livrables à produire</li></ul> <p>Le candidat présentera le budget et les contraintes de faisabilité.</p>	<p>Le budget est lisible et cohérent par rapport à la stratégie créative choisies et par rapport aux éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Les technologies mobilisés</li><li>- Les moyens humains interne et/ou externe à mobiliser</li><li>- La typologie de support à prévoir</li><li>- la planification prévue</li><li>- La stratégie média</li></ul> <p>L'analyse du budget est exploitable et réaliste aux vues des délais à respecter.</p> <p><b><u>Cr11. La présentation client d'un argumentaire écrit</u></b></p> <p>En lien avec le besoin clients qu'il a décrypté, le candidat expose la problématique de son commanditaire et les réponses qu'il apporte sous forme d'un argumentaire complet.</p> <p>L'exposé est explicite et le vocabulaire utilisé est technique et spécifique à la direction artistique. La forme de l'exposé reprend les codes et usages de la communication (la présentation est visuelle, illustré d'exemples, et les étapes sont commenté afin de faire réagir le commanditaire)</p> <p>Lors de son exposé devant le jury, le candidat se devra de défendre ses choix artistiques en les justifiant a minima par rapport aux éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Le sens et la symbolique de la couleur choisie</li><li>- L'architecture et l'esthétisme de la police de caractère</li><li>- Le message véhiculé est concordant avec l'identité du commanditaire</li></ul> <p>Les choix ne sont pas aléatoires mais sélectionnés avec précision pour une bonne fonctionnalité de la solution préconisée.</p>
--	--	---	---

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

### Document présenté en annexe

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
<b>BLOC 2 Concevoir un projet créatif intégrant des solutions interactives et visuelles en phase avec l'identité d'un commanditaire</b>			
<p><b>Activité 4 - Conception d'un concept créatif global</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Proposition créative d'une identité visuelle globale sous forme virtuelle et sous forme de prototypes adaptés sur tous supports</li> <li>▪ Elaboration de concept graphique interactif déclinable sur tous supports</li> <li>▪ Conception de l'identité visuelle globale incluant la charte graphique</li> <li>▪ Conception d'animation graphique</li> <li>▪ Contrôle du respect des normes d'accessibilité des productions pour les personnes en situation de handicap.</li> <li>▪ Présentation des livrables au client</li> </ul>	<p>B2C1. Etablir une charte graphique en définissant les différentes composantes qui la compose, afin d'établir une proposition graphique en lien avec les objectifs de notoriété et de valeur souhaitée par la marque et à terme, faciliter la compréhension du message auprès de la cible notamment en termes de différenciation, de ton, de personnalité, de valeur ajoutée.</p>	<p><b>Epreuve 2 - Projet professionnel</b> <b>Partie 1 - Réalisation d'un concept créatif graphique</b></p> <p>A partir de la situation d'un commanditaire et des éléments de sa charte graphique, le candidat sera amené à réaliser un concept artistique graphique répondant à sa problématique.</p> <p>Le candidat présentera à l'évaluateur un book présentant l'ensemble des maquettes des travaux réalisés. Selon les choix artistiques du candidat, le book pourra être composé des éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Une maquette virtuelle "wireframe",</li> <li>- Un zoning,</li> <li>- des mockups,</li> <li>- La maquette d'un site internet et/ou d'applications,</li> <li>- Un spot publicitaire,</li> <li>- un prototype fonctionnel de l'identité visuelle ainsi que l'ensemble des livrables déclinés (signature de mail, packaging, enseignes, véhicules de société, papier à lettres, cartes de visites, flyers, dépliants, plaquettes commerciales...),</li> </ul> <p>L'ensemble des propositions graphiques et web doivent tenir compte des normes d'accessibilité pour les personnes en situation de handicap.</p>	<p><b>Cr1.la charte graphique</b></p> <p>le candidat présente une charte graphique complète, il décrit les règles graphiques ainsi que les composants de cette charte graphique et le met en lien avec les objectifs du commanditaire. L'ensemble des composantes de la charte graphique sont abordés (règles d'utilisation, colorimétrie, typographie et logo à minima)</p> <p>La charte graphique doit indiquer quelles sont les polices dites « d'accompagnement » à utiliser</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elle doit renseigner sur les règles d'utilisation attendues : les typographies utilisées pour les titres, les chapeaux, les extracts ou pour le texte courant.</li> <li>- La charte graphique doit renseigner sur la manière d'utiliser le LOGO dans différents cas de figure (sur fond de couleur, clair ou foncé, apposé sur une image) sur sa taille minimum de lisibilité ou encore sur les espaces (ou zone de protection) à respecter. Elle doit mentionner également les usages proscrits (les interdits) illustrés par des images d'exemples montrant le logo étiré, recoloré ou encore sur un fond qui le rend illisible.</li> <li>- La création du logo sera déclinée en différentes version (Pantone, quadrichromie, niveau de gris, Noir et blanc, réserve, ... ).</li> </ul> <p>La charte graphique indique précisément quelles sont les références de couleurs et comment les utiliser (couleur d'impression CMJN ou encore couleurs numériques RVB ou hexadécimales)</p>

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

### Document présenté en annexe

	<p>B2C2. Concevoir la solution créative retenue par le client en respectant le cahier des charges, la législation, la charte graphique établie et en y intégrant de récentes innovations technologiques selon le besoin afin de proposer un concept créatif cohérent avec la stratégie du client</p>	<p>Le candidat réalise également un devis synthétique intégrant le volume de temps et de coûts (par typologie de moyens). Il dresse également les moyens à mobiliser pour le projet.</p> <p><b><u>Présentation oral – 30 minutes devant le jury :</u></b></p> <p>Le candidat devra présenter à l'oral le concept créatif ainsi que ces différents travaux et justifier ses choix créatifs.</p> <p>Il présentera la charte graphique et la problématique du client.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les travaux réalisés en réponses à ce besoin</li> <li>- Les pistes créatives qu'il a suivies</li> <li>- Il fera également une démonstration argumentée du prototype interactif qu'il a réalisé et commentera les différents supports visuels qu'il a réalisés.</li> </ul>	<p>Il présente des visuels de l'ensemble des objets qui ont été conçus et qui répondent à la charte graphique établie</p> <p>Le candidat doit présenter un référentiel sous forme d'exemples "mood board" qui sont des tableaux d'inspiration et d'ambiance. La charte graphique doit inclure le design des textiles, tee-shirt ou casquette et des objets publicitaires pour s'assurer que les marquages, leur positionnement, leur taille etc .. soient cohérentes avec l'image de marque de l'entreprise.</p>
	<p>B2C3. Concevoir un prototype interactif ergonomique et design contenant des animations graphiques à l'aide d'un langage de programmation et en respectant les normes d'accessibilité afin de le rendre facile et rapide d'utilisation par tout utilisateur, et, en</p>		<p><b><u>Cr2. Concept créatif</u></b></p> <p>Le candidat présente son concept créatif qui contient à minima une synthèse de la problématique du client, un moodboard illustrant la charte graphique et une présentation de son idée créative compatible avec la cible du client.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le "mood board" proposée inclut le design des textiles, tee-shirt ou casquette et des objets publicitaires et permet de s'assurer que les marquages, leur positionnement, leur taille etc .. soient cohérents avec l'image de marque de l'entreprise.</li> <li>- Le candidat met en avant une qualité forte du produit ou service que souhaite promouvoir son client (un élément différenciant ou une innovation produit)</li> <li>- L'idée proposée permet d'apporter une bonne qualité de résolution de problème au client.</li> <li>- Le concept créatif apporte une modernité, une nouveauté, et/ou un avantage concurrentiel au projet du client.</li> </ul>
			<p><b><u>Cr3. Proposition d'un prototype interactif</u></b></p> <p>Le candidat conçoit un prototype interactif sur smart phone.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les contenus proposés sont catégorisés et logiquement ordonnés</li> <li>- Les contenus sont identifiables pour les utilisateurs</li> <li>- L'arborescence expose les fonctionnalités et les contenus proposés par le projet</li> </ul>

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

### Document présenté en annexe

	<p>intégrant les besoins d'adaptation de l'environnement de travail d'un public en situation de handicap</p>		<p>- Les couleurs choisies correspondent à l'univers graphique de la charte du client Le langage de programmation mobilisé pour la configuration permet le fonctionnement optimal de l'application Le candidat présente en complément les démarches de publication de la déclaration d'accessibilité en faisant référence aux obligations législatives en faveur des publics en situation de handicap. Le candidat évalue le niveau d'accessibilité de son prototype et lui attribue un taux de conformité au RGAA. (Référentiel général d'amélioration de l'accessibilité). Les références législatives sont justes, le taux de conformité au RGAA évaluée est juste. (Selon les critères du référentiel soit totalement conforme, soit partiellement conforme, soit non conforme)</p>
	<p>B2C4. Réaliser un état des lieux des ressources (humaines, logiciels, matériels.) à dédier au projet en prenant en compte la solution validée par le client afin d'établir les besoins à combler en externe</p>		<p><b><u>Cr4. Etats des lieux des ressources du projet Budget)</u></b></p> <p>Le candidat présente un état des lieux dans un support type tableur Excel et recense les éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les ressources humaines mobilisable sont identifiés ainsi que leur plan de charge (temps à consacrer au projet)</li> <li>- les ressources techniques et logiciels : les logiciels graphiques sont listés, les abonnements premium entreprise à des réseaux sociaux sont listés, les partenariats sont identifiés et les avantages sont précisés.</li> <li>- l'enveloppe prévisionnel détaillée avec chaque point de dépense énoncé par le client au démarrage du projet</li> </ul> <p>En complément de cet état des lieux, Le candidat présente sa démarche de recherche afin de réduire les coûts du projet de son client :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- une recherche d'images et de visuels disponible gratuitement a été effectués</li> <li>- les sources de recherche sont présentés</li> </ul>
	<p>B2C5. Préparer les éléments de facturation clients en s'appuyant sur le cahier des charges et en établissant de façon précise les écarts de</p>		<p><b><u>Cr5. La facturation :</u></b></p> <p>Le candidat propose une équipe pluridisciplinaire couvrant l'ensemble des aspects de production du projet après analyse des ressources interne du client :</p>

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

### Document présenté en annexe

	<p>réalisation afin de proposer aux clients une facture conforme au contrat signé.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le candidat identifie la typologie de profils intervenants dans le processus créatifs (développeur intégrateur pour développer le programme, le photographe pour le shooting par exemple)</li> <li>- Le candidat présente les moyens financiers utile à l'achat d'équipements/ matériels techniques si nécessaire</li> <li>- le candidat présente le reste à charge pour le client une fois mobilisé les ressources interne</li> <li>- Les données sont présentés dans un tableau visuel et explicite permettant une exploitation simple pour un client.</li> <li>- Les estimations de cout sont juste et réaliste</li> <li>- Les calculs présentés sont juste.</li> </ul> <p>Le budget proposé démontre la capacité de maitrise des couts du candidat. Dans son analyse budgétaire, le candidat mobilise les ressources internes du client en premier lieu dans un souci d'économie.</p>
	<p>B2C6. Présenter la maquette finalisée du produit interactif multimédia au client en vérifiant la conformité et la qualité du produit web/digital au cahier des charges et au dossier de conception afin de le rendre compte du travail réalisé auprès du client et de lui faire valider la maquette finale</p>		<p><b><u>Cr6. La maquette d'un produit</u></b></p> <p>Le candidat présente la maquette du prototype multimédia qu'il a conçue :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La maquette permet une visualisation de l'application</li> <li>- La maquette présente un contenu, une structure et les diverses fonctionnalités</li> <li>- Plusieurs vues de l'application sont proposées.</li> <li>- Des images d'intention et du texte de substitution sont ajoutées afin de visualiser tous les éléments.</li> <li>- la maquette proposée est complète, elle présente à minima l'emplacement et le design du menu, des boutons d'actions, des images, des boutons de navigations, de l'espace utilisateur, l'espace aide, l'espace connexion/inscription, le bouton fiche produit.</li> </ul>
	<p>B2C7. Assurer le contrôle de la cohérence des différentes impressions avec la charte graphique afin de présenter l'ensemble des prototypes du projet créatif du client sous</p>		<p><b><u>Cr7. Qualité des impressions</u></b></p> <p>L'ensemble des productions print proposés par le candidat respecte le cadre de conformité et les protocoles en matière d'impression :</p>

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

### Document présenté en annexe

	format visuel en réunion finale		<ul style="list-style-type: none"><li>- Le format proposés correspond à la cible</li><li>- La résolution est de bonne qualité (la résolution de 250pp est suffisante),</li><li>- l'impression n'est pas pixélisé</li><li>- Le grammage est ajusté à l'usage du support</li><li>- Le foliotage a été réalisé si le document comporte plusieurs pages</li><li>- Toute les opérations de façonnage ont été réalisé de façon conforme aux procédés et permettent de donner un aspect fini aux supports (le vernis de protection est correctement appliqué, le choix du pelliculage est adapté, le gaufrage ou l'embossage est correctement réalisé, l'encapsulage également...)</li></ul> <p>Le mode colorimétriques (le mode RVB ou le mode CMJN) choisi est adapté au type de support et permettent d'obtenir un résultat visuellement attractif. Le rendu final respecte les normes du fichier.</p>
--	---------------------------------	--	--

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

### Document présenté en annexe

<b>REFERENTIEL D'ACTIVITES</b> <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	<b>REFERENTIEL DE COMPETENCES</b> <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	<b>REFERENTIEL D'ÉVALUATION</b> <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		<b>MODALITÉS D'ÉVALUATION</b>	<b>CRITÈRES D'ÉVALUATION</b>
<b>BLOC 3 Piloter une équipe créative dans la réalisation d'un projet en communication visuelle et multimédia</b>			
<b>Activité 5 - Pilotage d'une équipe créative</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Choix et coordination des équipes internes et des prestataires</li> <li>▪ Organisation de la planification de réalisation</li> <li>▪ Contrôle des réalisations produite (conformité au cahier des charges et aux différentes normes notamment les normes d'accessibilité)</li> <li>▪ Supervision, Contrôle et conseils</li> <li>▪ Accompagnement au développement des compétences</li> <li>▪ Sensibilisation à la politique handicap</li> </ul>	B3C1. Sélectionner l'équipe de réalisation (prestataires, fournisseurs et équipe créative interne) en qualifiant les compétences professionnelles des différents profils afin d'assurer la bonne exécution du projet d'un point de vue qualité et disponibilité	<b><u>Epreuve 3 – Partie 1</u></b> <b><u>La cahier entreprise</u></b> A partir de l'analyse d'une situation fictive d'une entreprise, le candidat présente un rapport appelé « cahier d'entreprise » qui met en lumière le suivi de fabrication d'un projet créatif. Le candidat propose ainsi sa feuille de route en matière d'organisation et de déploiement d'un projet. Son rapport sera composé des éléments suivants : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Outil de pilotage d'équipe (application, outil de gestion de projet...)</li> <li>- outil de planification /organisation du projet (cadrage de la mission, plan d'organisation, outil de coordination d'équipe externe</li> </ul>	<b><u>Cr1. Sélection des prestataires :</u></b> Le candidat identifie les contraintes du projet du client et les acteurs à mobiliser sur les différents projets : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les acteurs sont identifiés par champs de compétences (impression, design graphique, développement web, ingénierie bureau d'étude, motion design, architecture d'intérieur, design, technicien installation pour des évènements, montage vidéo, réalisation de film/court métrage, photographie professionnelle...)</li> <li>- Les champs de compétences nécessaire au projet sont listés et présenter dans un format organisé et visuelle.</li> <li>- Les critères de sélection sont identifiés et exprimés</li> </ul>
	B3C2. Présenter le projet retenu par le client aux équipes créatives dans le cadre de réunions d'équipe projet afin de clarifier les consignes et recommandations techniques et assurer la production	- une synthèse des moyens à mobiliser Il est également attendus du candidat qu'il propose des indicateurs de performance à son projet	<b><u>Cr2. Poser des consignes et des recommandations techniques</u></b> - Les tâches sont identifiés et permettent de rédiger une synthèse utile à un développeur web. Le langage est adapté à l'environnement web (présence de vocabulaire technique usuelle a un développeur et présence des technologies à mobiliser). - Les tâches assignées au membre de l'équipe projet correspondent aux qualifications et compétences - les règles et les bonnes pratiques ont été exposées (ponctualité, confidentialité, usage en matière de communication distanciel, savoir-être professionnel)
	B3C3. Présenter le projet retenu par le client aux équipes créatives dans le cadre de réunions d'équipe projet afin de clarifier les consignes et recommandations techniques et assurer la production	<b><u>Présentation oral – 30 minutes devant le jury :</u></b> Lors de sa soutenance orale, le candidat présente le retroplanning de taches oralement ainsi que les différents outils qu'il a conçus dans le cadre d'animation de réunion d'équipe projet. Il présentera également un support pédagogique pour animer une réunion	(This cell is empty in the original image)

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

### Document présenté en annexe

	<p>B3C3. Organiser la planification des éléments de réalisation en s'appuyant sur un temps de travail estimatif de l'équipe sur différents types de projet afin d'évaluer le délai de livraison de façon plus précise et définir la complexité de la demande</p>	<p>ou une séquence de formation à destination de son équipe.</p>	<p><b><u>Cr3.planification des éléments de réalisation</u></b> Le candidat présente les outils de planification qu'il a conçus pour répondre aux besoins de planification du projet :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Les outils collaboratifs ont été mobilisées</li><li>- Un retroplanning est proposé,</li><li>- l'organisation définis est réaliste au regard du projet du client</li><li>- Les indicateurs de suivi ont été définis, ils sont mesurables et observables</li></ul> <p><b><u>Cr4. Contrôler les travaux de réalisation</u></b> Le candidat présente les points de contrôle qu'il juge nécessaire d'appliquer pour s'assurer de la bonne conformité des productions créatives. A partir des indicateurs de suivi, il présente ses attentes auprès des membres de son équipe :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- les propositions créatives sont conforme à la stratégie créative défini</li><li>- la réponse apportées par la solution créative est innovante et originale</li><li>- l'efficacité des solutions apportés aux difficultés notamment technique est relevés</li><li>-les indicateurs de performance sont proposés, ils sont réalistes et réalisables par l'équipe sélectionné. Le niveau d'accessibilité des indicateurs de performance est cohérent avec le niveau de de compétences des membres de l'équipe précédemment évalués.</li></ul> <p><b><u>Cr5.normes d'accessibilité</u></b> Les réalisations web produite répondent aux normes d'accessibilité pour un public en situation de handicap. Le site internet ou l'application web produit se conformant au niveau AA (niveau moyen) du</p>
<p>B3C4. Contrôler les travaux de réalisation des équipes créatives en suivant l'évolution du projet, en formulant des critiques, en conseillant sur les choix techniques, et en proposant de nouveaux axes de développement afin d'améliorer le projet final</p>			
<p>B3C5. Contrôler les réalisations produites en s'appuyant sur la charte graphique et en veillant au respect des normes d'accessibilité afin de s'assurer de la conformité des éléments réalisés avec le projet validé par le client.</p>			

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

### Document présenté en annexe

			<p>référentiel WCAG (<a href="https://www.w3.org/Translations/WCAG20-fr/">https://www.w3.org/Translations/WCAG20-fr/</a>) défini par le W3C</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Le niveau de référencement WCAG est vérifiable à l'aide d'un service en ligne</li></ul>
	<p>B3C6. Superviser le travail des équipes en veillant au respect des délais, budgets, au respect de l'identité de marque des créations et du respect des droits afférents aux propriétés artistiques et intellectuelles afin de sécuriser le projet et d'être conforme au cahier des charges.</p>		<p><b><u>Cr6. Droits aux propriétés artistiques et intellectuelles</u></b></p> <p>Le candidat présente les aspects réglementaires spécifiques à la propriété intellectuelle.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- les principes en matière d'exploitation d'une œuvre sont explicités (protection de la création finie)</li><li>- Le périmètre de la législation est présenté (protection des créations littéraires, artistiques et industrielles, concerne les personnes physiques et moral)</li><li>- les actions spécifiques à prévoir dans son activité professionnelle relatives au droit de la propriété artistiques et intellectuelles sont présentés : Dépôt à l'INPI- Identité, achat de droit sur des polices de caractères ou images, cessation des droits (contrat avec le client pour lui céder les droits)</li></ul>
	<p>B3C7. Accompagner le développement de son équipe en les formant à l'aide d'outils ou techniques de communication créative afin d'améliorer les compétences de son équipe, la qualité des productions de contenus à destination des clients mais également afin de les sensibiliser à certains sujets majeurs tel que la nécessité d'intégrer dans sa pratique professionnelle une politique en faveur du handicap (accessibilité et</p>		<p><b><u>Cr7. Techniques de communication et animation collective</u></b></p> <p>Le candidat présente un exemple de support pédagogique qu'il pourrait utiliser dans le cadre d'une réunion d'équipe ou d'une animation de formation :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Le cadre de la réunion ou de la formation est posé (durée, moyen, public, objectif pédagogique)</li><li>- La proposition pédagogique est innovante sur son contenu et ses modalités pédagogiques</li></ul>

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

### Document présenté en annexe

	adaptabilité des supports médias ou print notamment)		<ul style="list-style-type: none"><li>- l'activité proposée est adapté au profil cible choisi par le candidat et a la durée de la formation ou de la réunion ;</li><li>- l'activité proposée est adaptée à un profil en situation de handicap et présente des adaptations possibles : il présente à minima deux options possibles d'adaptation de son activité et fait référence à la grille d'évaluation de besoins produite par l'AGEFIPH.</li><li>- l'activité permet l'expression d'une réflexion collective et fait appel à la diversité des aptitudes de chaque membre de l'équipe</li><li>- elles intègrent une structure d'organisation prévue dans le cadre de la mise en œuvre d'outil d'intelligence collective (règles communes sont posées, outils de partage des connaissances ou compétences présentés, objectif à atteindre)</li><li>-L'intérêt de la technique pour le groupe est argumenté (tâches complexes, synergies à trouver, diversité des profils sur le projet...)</li></ul>
--	--	--	--

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

### Document présenté en annexe

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
<b>BLOC 4 Elaborer et suivre une stratégie de communication Social media</b>			
<b>Activité 6 - Elaboration d'une stratégie sociale média adaptée aux besoins du commanditaire</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Analyse du positionnement du commanditaire</li> <li>▪ Etude des attentes et besoins du consommateur final</li> <li>▪ Réalisation de buyer personas</li> <li>▪ Réalisation d'une campagne de communication</li> <li>▪ Définition d'une stratégie de communication</li> <li>▪ Réalisation de supports de communication</li> <li>▪ Rédaction de contenu social média sur les réseaux sociaux</li> <li>▪ Suivi et étude de la campagne de communication</li> </ul>	B4C1. Analyser les campagnes mise en œuvre par la marque en étudiant des indicateurs d'efficacité afin d'en déduire des axes d'améliorations et de produire des propositions techniques adaptées	<b><u>Epreuve 4 : Réalisation d'une campagne publicitaire</u></b>  <b>Partie 1 – Dossier professionnel</b> A partir d'une cas entreprise réelle réalisé pendant une période de stage, le candidat présentera un dossier technique dans lequel : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Une analyse approfondie sur les buyers persona du projet client</li> <li>- Une synthèse de l'existant concernant la communication du client, les points fort, les points à améliorer et les menaces.</li> <li>- Les analyses effectuées seront répertoriées dans une matrice SWOT qui définira la problématique de communication, le positionnement et les objectifs.</li> </ul> Le candidat présentera une synthèse des stratégies préconisées dans le cadre d'une COPY STRATEGY en corrélation avec le budget marketing, Le candidat proposera un plan de communication qui présente l'ensemble des supports de communication préconisés.	<b><u>Cr1. Analyse de l'existant</u></b> A partir de données chiffrées issue du cas entreprise, le candidat sera en charge d'évaluer la présence et la réputation sur le web de l'entreprise. -Les objectifs de la campagne sont précisés -Le niveau de visibilité de la marque sur les réseaux sociaux identifiés : le nombre de vue est relevé, le niveau des discussions sur les différentes publications est relevé, le niveau de communication dans la presse est relevé ainsi que le taux de retour. Le candidat recense les forces et faiblesses de l'entreprise au travers d'une matrice SWOT. L'analyse est exhaustive et permet de clarifier les besoins en matière de stratégie de communication social media. Les indicateurs de performance sont définis. Les indicateurs sont objectifs, observable et réaliste au regard de la situation de l'entreprise.  <b><u>Cr2. Recherche sur les réseaux sociaux</u></b> Le candidat analyse les attentes des annonceurs et des consommateurs finaux en réalisant des recherches : Les données relevées sont spécifiques aux réseaux sociaux (taux de like, nombre d'utilisateurs,
	B4C2. Analyser les attentes des annonceurs et des consommateurs finaux en réalisant des recherches sur les réseaux sociaux ou des tests auprès des consommateurs afin de proposer au client une stratégie spécifique cohérente avec cette cible		

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

### Document présenté en annexe

	<p>B4C3. Établir des persona correspondant à la typologie des cibles afin de donner des éléments d'analyse utile à la définition de la stratégie de contenus et ainsi nourrir les différentes équipes créatives au service du besoin client</p>		<p>nombre de commentaires moyen par publication...) Les données sont juste et vérifiable</p>
	<p>B4C4. Définir des idées de stratégies de communication en s'appuyant sur le benchmark réalisé et l'analyse de la présence digitale de la marque et des concurrents afin d'optimiser les chances de succès et défendre de la stratégie choisie</p>		<p><b><u>Cr3. Réaliser des personas ou buyer personas</u></b> Le candidat construit un persona qui répond aux besoins de l'entreprise : - le persona (avatar représentatif de la cible finale) contient l'ensemble des éléments : nom/prénom, genre, métier, csp, lieu de résidence, centre d'intérêt, situation maritale, attrait pour la technologie - les éléments démographiques sont également présentés grâce à des outils type google analytics. - Le persona conçu répond aux besoins des utilisateurs - Le persona permet d'adapter le message pour les équipes en charge de la communication media (le message est explicite et structuré, le vocabulaire est adapté)</p> <p><b><u>Cr4. Définir des stratégies de communication</u></b> Le candidat produit un document de synthèse présentant les éléments utiles à la définition de la stratégie de communication media : - La cible est identifiée, - Les objectifs de communication par cible sont identifiés, - Les supports choisis sont cohérents avec la cible et les objectifs - Les caractéristiques des supports sont explicités et répondent aux besoins de l'entreprise.</p>
	<p>B4C5. Effectuer la campagne de communication en produisant du contenu social média sur les différents réseaux sociaux choisis en fonction du public cible afin d'atteindre un maximum de visibilité auprès des personnes ciblées en maîtrisant le budget associé.</p>		<p><b><u>Cr5. le plan de communication</u></b> Le candidat présente une synthèse des stratégies préconisées dans le cadre d'une COPY STRATEGY en corrélation avec le budget marketing.</p>

## ELEMENTS COMPLEMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

### Document présenté en annexe

			<ul style="list-style-type: none"><li>- La cible de communication visée est définie</li><li>- La promesse et/ou le bénéfice consommateur est mis en avant</li><li>- Les éléments de preuve sont exposés</li><li>-les propositions de supports apportent crédibilité et plus-value à la marque/ l'entreprise</li><li>- Le ton (ou l'ambiance) du message est adapté au buyer persona</li><li>-les contraintes du projet sont exposés et réaliste</li></ul> <p>Le cas échéant, pour les personnes en situation de handicap des aménagements sont prévus et peuvent porter sur le temps de passage, méthodes et supports pédagogiques adapté, sur les modalités générales d'évaluation des connaissances et compétences acquises au cours de sa formation. Le candidat en situation de handicap à un référent handicap qui sécurise son parcours de formation tout au long de sa formation y compris lors de son passage d'examen.</p> <p>La correction des épreuves de certification est aménagée en fonction du handicap (aménagement du temps des épreuves plus longues, accompagnateur pour les handicaps auditifs lors des épreuves orales...)</p>
--	--	--	--