

RÉFÉRENTIELS CHEF DE PROJET DIGITAL

« 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. »

RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS <i>Décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES <i>Identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION <i>Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
A1 Définir et analyser les besoins relatifs au projet digital A1.1 - Accompagnement, analyse et cadrage dans la définition des besoins du projet digital A1.2 – Planification de l'organisation du projet digital A1.3 - Réalisation d'une veille technique et analyse concurrentielle sur des projets similaires A1.4 - Rédaction du cahier des charges du projet digital A1.5 - Rédaction de réponses à appel d'offre	<ul style="list-style-type: none"> CA1.1 Collecter, classer et définir les besoins de son donneur d'ordre (interne ou externe), en accompagnant les utilisateurs dans leur réflexion sur leurs usages en vue de mieux cerner ses attentes et en incluant les problématiques de handicap. CA1.2 Organiser un projet digital et gérer ses priorités afin de définir de façon optimale les phases d'intervention des différents acteurs. CA1.3 Inventorier une veille métier, concurrentielle, fonctionnelle et technique afin d'anticiper et lever les éventuels éléments bloquants du projet. CA1.4 Rédiger un cahier des charges en accord avec les différents services (support, marketing, clients, etc.) afin de définir précisément le périmètre du projet digital. CA1.5 Rédiger des réponses a appels d'offre adaptées aux contraintes du projet digital décrit. 	<p><u>Cas pratique</u></p> <p>Les candidats doivent interagir avec un "client" fictif pour collecter, classer et définir ses besoins en vue d'un projet digital.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Les candidats reçoivent un scénario de projet digital et doivent rédiger un cahier des charges en accord avec les différentes parties prenantes, en tenant compte des contraintes spécifiques du projet. Les candidats utilisent des techniques (agile) de gestion de projet informatique pour hiérarchiser, quantifier et coordonner les différentes phases du projet. Les candidats effectuent une veille métier, concurrentielle, fonctionnelle et technique sur le sujet donné ou produisent un plan détaillé du rapport d'audit d'un site web Les candidats doivent élaborer un plan de projet détaillé comprenant

<p>A1.6 – Chiffrage des besoins financiers et humains liés au projet digital</p> <p>A1.7 - Audit d'un environnement digital existant</p> <p>A1.8 - Élaboration d'un plan qualité</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CA1.6 Lister, décrire et quantifier les besoins en ressources financières et humaines afin d'optimiser la faisabilité du projet. • CA1.7 Réaliser un plan d'audit, observer les différents éléments présents dans l'environnement digital (site web, réseaux sociaux, etc.) et rédiger un rapport. • CA1.8 Rédiger un plan qualité incluant la gestion des risques, en tenant compte de la politique RSE et des personnes en situation de handicap. 		<p>les étapes, les délais, les ressources nécessaires, et gérer les priorités.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les candidats doivent établir une liste détaillée des besoins financiers et humains tout en optimisant la faisabilité du projet en tenant compte d'un budget donné
		<p>Mise en situation professionnelle</p> <p>Les candidats préparent une présentation argumentée du plan qualité et détaillent une partie parmi la gestion des risques, la politique RSE ou la prise en compte des personnes en situation de handicap.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les candidats doivent cadrer et préparer des ateliers dans le but d'accompagner les utilisateurs en mettant l'accent sur les problématiques de handicap. • Ils doivent ensuite élaborer un document synthétique reflétant ces besoins.

<p>A2 Piloter le projet digital</p> <p>A2.1 – Pilotage de l'ensemble des ressources allouées à la réalisation d'un projet digital</p> <p>A2.2 - Maîtrise des outils et méthodes de pilotage et coordination des phases du projet digital</p> <p>A2.3 - Réalisation de prototypes ou des gabarits liés au projet digital</p> <p>A2.4 - Rédaction de la documentation technique et fonctionnelle du projet</p> <p>A2.5 – Accompagnement des utilisateurs finaux du projet digital</p> <p>A2.6 – Réalisation de recettes fonctionnelles du projet</p> <p>A2.7 – Recensement des dysfonctionnements lors des phases de maintenance du projet digital</p> <p>A2.8 – Analyse du trafic et mesure d'audience au projet digital</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CA2.1 Piloter la mise en œuvre globale et gérer le déploiement du projet afin d'atteindre les objectifs (fonctionnels, humains, budgétaires et temporels) fixés par son donneur d'ordre. • CA2.2 Prioriser et coordonner dans le temps les différentes phases du projet digital en utilisant les techniques, méthodes et d'outils dédiés à la gestion de projets informatiques (GANNT, EXEL, AGILE). • CA2.3 Prototyper les différentes interfaces et lister les fonctionnalités liées au projet digital (création de gabarits, principes ergonomiques, scénarisation, protocoles de test utilisateurs, etc.), en prenant en compte les personnes en situation de handicap, y compris par des méthodes génératives automatisées afin de créer des éléments de référence pour les différents intervenants au projet. • CA2.4 Rédiger la documentation technique et fonctionnelle liée au projet digital ou encadrer l'équipe spécialisée dans la rédaction de ces documents afin d'assurer la bonne utilisation des fonctionnalités liées au projet digital. • CA2.5 Accompagner et guider les utilisateurs finaux y compris ceux en situation de handicap lors de la mise en service du projet digital afin de recueillir leurs premiers retours et de susciter leur adhésion au projet. • CA2.6 Réaliser et cadrer des phases de recettes du projet (phase de recettes, tests utilisateurs, édition de procès-verbaux et levée de réserves) et valider sa mise en production. • CA2.7 Recenser, déclarer et suivre la résolution des éventuelles adaptations à réaliser en fonction d'une situation de handicap ou de 	<p><u>Cas pratique</u> :</p> <p>Les candidats travaillent sur un cas pratique de mise en œuvre et de déploiement d'un projet digital.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les candidats effectuent une veille fonctionnelle et technique, y compris sur les innovations en matière • Les candidats doivent élaborer un plan de pilotage, identifier les objectifs fonctionnels, humains, budgétaires et temporels, en prenant la casquette du chef de projet et proposer des solutions pour atteindre ces objectifs. • Les candidats conçoivent un prototype d'interface digitale incluant les fonctionnalités et principes ergonomiques en tenant compte des profils en situation de handicap. Ils utilisent des outils de prototypage et des méthodes génératives automatisées pour créer ces éléments de référence. • Les candidats rédigent une documentation technique (parmi une liste de documents possibles : manuel utilisateur, documentation d'installation, manuel d'administration, documentation infrastructure...) d'un site web.
--	--	---	---

<p>A2.9 – Réalisation d'une veille évolutive du projet digital</p>	<p>dysfonctionnements constatés après la mise en service afin d'optimiser les processus.</p> <ul style="list-style-type: none"> • CA2.8 Surveiller l'audience générée par le trafic internet du projet digital afin de mesurer la visibilité du projet vis-à-vis de son environnement de référence et de sa cible utilisateur. • CA2.9 Effectuer une veille fonctionnelle et technique y compris sur les innovations en matière d'accessibilité ainsi qu'une veille concurrentielle afin d'optimiser et faire évoluer le cas échéant les fonctionnalités du projet digital. 	<p><u>Mise en situation professionnelle :</u></p> <p>Les candidats simulent le lancement d'un projet digital et accompagnent les utilisateurs finaux, y compris ceux en situation de handicap. Ils doivent recueillir les premiers retours des utilisateurs, susciter leur adhésion et proposer des solutions aux éléments signalés.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les candidats réalisent un plan de test dans le but de procéder à la recette provisoire d'un site internet, et ils proposent un modèle de procès-verbal de cette recette. • Les candidats identifient des situations de handicap ou des dysfonctionnements post mise en service d'un projet digital. Ils doivent recenser, déclarer, et suivre la résolution des adaptations nécessaires pour optimiser les processus. • Les candidats utilisent des outils de surveillance pour analyser l'audience générée par le trafic internet d'un projet digital. Ils doivent mesurer l'impact du projet vis-à-vis de son environnement de référence et de sa cible utilisateur.
--	---	--	---

<p>A3 Manager les équipes d'un projet digital</p> <p>A3.1 - Définition du rôle de chacun des collaborateurs et identification des profils et de compétences nécessaires au bon déroulement du projet digital.</p> <p>A3.2 - Coordination des équipes techniques internes ou externes</p> <p>A3.3 - Animation de réunions liées au projet digital</p> <p>A3.4 - Gestion des équipes et gestion des conflits</p> <p>A3.5 - Gestion de la relation client, communication et traitement des objections</p> <p>A3.6 - Rédaction de la documentation technique et fonctionnelle afin d'assurer une montée en compétence des équipes</p> <p>A3.7 - Choisir un outil de gestion et de suivi de projet</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CA3.1 Classer et définir les rôles de chaque intervenant (interne ou externe) en tenant compte des profils existants et à recruter, des besoins de formation, de la politique RSE et en incluant les personnes en situation de handicap. • CA3.2 Coordonner et assurer le suivi de la production des équipes pluridisciplinaires internes ou externes (graphistes, développeurs, paiement en ligne, UX designers, trafic manager, Mobile Design, etc.) en tenant compte des personnes en situation de handicap et la politique RSE afin de gérer ces ressources de manière optimale, dans l'intérêt du projet. • CA3.3 Cadrer et animer des réunions ou des briefs (planning, réunions, phases de recettes, etc.) Afin de présenter les avancées du projet digital. • CA3.4 Mobiliser des compétences en communication et en résolution de conflits, incluant l'écoute active, l'empathie, la médiation, ainsi que le leadership et la capacité à inspirer et à motiver une équipe, y compris des personnes en situation de handicap et en tenant compte des spécificités des aspects générationnels. • CA3.5 Mettre en œuvre les mécanismes de la communication écrite, verbale, para verbale et non verbale afin d'améliorer la relation client. • CA3.6 Rédiger la documentation technique et fonctionnelle liée au projet digital ou encadrer l'équipe spécialisée dans la rédaction de 	<p><u>Cas pratique</u> :</p> <p>Les candidats doivent réaliser un document en plusieurs étapes afin de présenter leur méthode de suivi des équipes du projet digital.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ils utilisent un outil de suivi de projet et de signalement des incidents dans le cadre d'un projet digital simulé, • Ils coordonnent les ressources internes et externes et identifient les modifications nécessaires pour donner suite à un changement, • Ils intègrent dans leur démarche la politique RSE et les personnes en situation de handicap.
--	--	---	--

<p>permettant le travail collaboratif</p>	<p>ces documents afin d'assurer la bonne utilisation des fonctionnalités liées au projet digital par l'ensemble de l'équipe.</p> <ul style="list-style-type: none"> CA3.7 Sélectionner et paramétrer des outils en réseau de gestion de projet favorisant le travail collaboratif 	<p><u>Mise en situation professionnelle :</u></p> <p>Les candidats organisent et animent une réunion de présentation d'une étape du projet digital à un client "fictif".</p>	<ul style="list-style-type: none"> Les candidats doivent s'assurer que la réunion est accessible à tous les participants, en utilisant des supports visuels clairs, en présentant des avancées de manière compréhensible. Les candidats organisent et animent une réunion de présentation d'une étape du projet digital. Ils prennent note des objections et identifient les traitements possibles sur chacune d'entre elles. Les candidats analysent une mise en situation filmée d'un conflit et identifient une suite d'étapes à mettre en place pour y remédier. Ils doivent lister les actions possibles et intégrer dans leur démarche une volonté d'amélioration de la situation.
---	--	--	---

<p>A4 Élaborer un plan de communication digitale</p> <p>A4.1 – Détermination d'un plan de communication digitale pour le Web</p> <p>A4.2 - Utilisation de techniques de développement de la notoriété</p> <p>A4.3 - Rédaction des contenus adaptés pour le Web ou l'utilisation de support mobile</p> <p>A4.4 - Conception, création et planification de supports spécifiques multicanaux et multimédias dédiés au digital</p> <p>A4.5 – Utilisation d'un CMS adapté au projet digital prenant en compte les contraintes légales, techniques et d'accessibilité</p> <p>A4.6 Mise en place d'indicateur de performance, analyse et mesure d'audience du plan de communication mis en œuvre</p> <p>A4.7 - Augmenter la visibilité d'une marque</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CA4.1 Définir un plan de communication adapté et accessible au projet digital en vue de mettre en œuvre une stratégie multicanale ciblée au service d'une marque • CA4.2 Identifier et appliquer les techniques de notoriété de personne (E-réputation), de stratégies d'influence et d'identité de marque afin de créer, développer et maintenir la notoriété du projet et développer des partenariats • CA4.3 Prendre en compte les techniques de rédaction de contenus pour le web y compris du Marketing mobile, dans le cadre à une stratégie de communication définie • CA4.4 Créer des visuels et contenus adaptés (E-mailing, pages web, Mobile, Réseaux sociaux, YouTube, Instagram, Pinterest) en tenant compte des contraintes légales, techniques et d'accessibilité en vigueur. • CA4.5 Réaliser des contenus multimédias (YouTube, Instagram, Pinterest) afin de proposer et de mettre en place une présence multicanale complète et diversifiée • CA4.6 Implémenter un site web à l'aide d'un CMS en utilisant les langages adaptés du web afin de mettre en avant la stratégie de communication prédéfinie • CA4.7 Définir les indicateurs de performance, réaliser des mesures d'audience par l'utilisation de techniques et d'outils d'analyse spécifiques (ex : Google Analytics, Like sur Facebook, Abonnements YouTube, etc.) • CA4.8 Améliorer la visibilité d'une marque à l'aide des techniques de référencement naturel (SEO) et payant (SEA) 	<p>OPTION : COMMUNICATION DIGITALE</p> <p><u>Cas pratique / mise en situation professionnelle :</u></p> <p>Les candidats sont chargés de définir une stratégie de communication adaptée à un projet digital spécifique. Ils doivent analyser les cibles, définir les KPIs et s'adapter aux contraintes, tout en veillant à l'accessibilité et en respectant les politiques RSE</p> <p><u>Etude de Cas E-réputation / partenariats :</u></p> <p>Les candidats analysent la réputation en ligne d'une marque. Ils proposent des stratégies pour créer, développer et maintenir la notoriété et proposent différents partenariats.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les candidats rédigent des contenus d'une campagne adaptés aux différents canaux (e-mailing, pages web, mobile, réseaux sociaux) en tenant compte des contraintes légales, techniques et d'accessibilité. • Les candidats conçoivent et analysent une présence multicanale complète en produisant des visuels et contenus pour différentes plateformes (Mobile, YouTube, Instagram, Pinterest, LinkedIn, etc.). • Les candidats utilisent Wordpress afin de déployer un site web multipages, en respectant les standards W3C, les bonnes pratiques du référencement (utilisation des balises HTML) et les normes d'accessibilité • Les candidats étudient, évaluent et présentent l'efficacité du référencement puis proposent des pistes d'amélioration en adéquation avec le plan de communication digital défini en utilisant des outils tels que Google Analytics.
---	---	--	---

<p>A5 Concevoir et développer une application Web ou Mobile Digitale</p> <p>A5.1 – Exploitation d'un environnement de développement collaboratif</p> <p>A5.2 - Analyse du cahier des charges afin de définir les spécifications du projet web</p> <p>A5.3 – Configuration de l'architecture du serveur de production</p> <p>A5.4 - Production de gabarits Web optimisés</p> <p>A5.5 - Modélisation de l'architecture de la base de données</p> <p>A5.6 – Choix du langage et des technologies de développement adaptées</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CA5.1 Exploiter un environnement de développement collaboratif, accessible et de gestion et de traitement des dysfonctionnements des itérations successives du projet de développement Web afin de sécuriser la progression du codage réalisée par plusieurs personnes • CA5.2 Analyser le cahier des charges produit pour en extraire, lister et classer les spécifications fonctionnelles attendues afin de modéliser le cahier des charges (concept / modèles et flux) • CA5.3 Configurer l'architecture serveur de développement et déployer plusieurs instances (préproduction et production) de l'environnement serveur afin de disposer d'un environnement de travail et de déploiement identique. • CA5.4 Produire et présenter des gabarits web sous la forme de pages-écrans statiques des différentes fonctionnalités attendues (vue fixe et/ou mobile) afin de valider les aspects graphiques et ergonomiques du projet et ajuster le cas échéant • CA5.5 Choisir et modéliser l'architecture de la base de données et son langage d'interrogation (MySQL, no SQL, SQL, MongoDB) afin de 	<p>OPTION : DÉVELOPPEMENT WEB</p> <p><u>Cas pratique collaboratif de développement web</u> :</p> <p>Les candidats doivent travailler de manière collaborative sur un projet web. Ils sécurisent la progression du codage réalisée par plusieurs personnes en traitant les dysfonctionnements des itérations successives (GIT).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les candidats analysent un cahier des charges, extraient et classent les spécifications fonctionnelles afin de modéliser le cahier des charges • Les candidats conçoivent et configurent l'architecture serveur pour un projet de développement. Ils déploient plusieurs instances (préproduction et production). Ils réfléchissent également à la politique RSE applicable. • Les candidats produisent des gabarits web sous forme de pages-écrans statiques pour différentes fonctionnalités. Ils les présentent pour valider les aspects graphiques et ergonomiques du projet • Les candidats sélectionnent et modélisent l'architecture de la base de données en sélectionnant le langage d'interrogation approprié
--	--	---	--

<p>A5.7 – Développement du back-end de l'application Web ou mobile</p> <p>A5.8 - Implémentation front-end</p> <p>A5.9 - Réalisation de tests automatisés</p> <p>A5.10 - Déploiement des développements en phase de production</p>	<p>pouvoir collecter, stocker, interroger et réduire les temps d'accès des données utilisées</p> <ul style="list-style-type: none"> • CA5.6 Sélectionner le langage de développement et les technologies les plus adaptées au projet (Node js, JAVA, PHP, Full stack Js) afin de garantir la robustesse, l'évolutivité du développement et la prise en compte des contraintes du projet (financier, humain, infrastructure) • CA5.7 Développer l'application web ou mobile côté serveur (back-end) selon les spécifications du cahier des charges afin de répondre aux besoins fonctionnels exprimés du donneur d'ordre en respectant les bons usages de développement. • CA5.8 Implémenter et déployer les différents gabarits graphiques et contenus Web optimisés (HTML/CSS, React, Mobile) selon les éléments préalablement validés (frontend) afin de répondre aux usages ergonomiques standards et améliorer l'expérience utilisateur. • CA5.9 Fiabiliser la qualité de ses développements grâce à une détection précoce des erreurs au travers de tests automatisés unitaires, fonctionnels • CA5.10 Déployer le développement sur le serveur de production afin de rendre disponible la solution aux utilisateurs finaux 	<p><u>Mise en situation professionnelle :</u></p> <p>Les candidats développent une application web ou mobile côté serveur en suivant les spécifications d'un cahier des charges</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les candidats codent les interfaces permettant l'implémentation des gabarits graphiques selon les éléments validés. • Les candidats testent les livrables avec des tests unitaires et de régression utilisant des jeux de données. • Les candidats déploient les développements sur le serveur de production pour le rendre disponible aux utilisateurs finaux.
---	---	---	---

<p>A6 Concevoir et mesurer une stratégie d'acquisition de Trafic Web</p> <p>A6.1 - Réalisation d'une veille sur l'environnement technique et éditorial de l'acquisition de trafic Web</p> <p>A6.2 - Maîtrise des fonctions spécifiques d'un tableur à l'acquisition de trafic</p> <p>A6.3 - Connaître les instructions informatiques de base côté serveur</p> <p>A6.4 - Réalisation de contenus éditoriaux adaptés à un public cible, en utilisant le langage HTML afin d'optimiser la visibilité</p> <p>A6.5 - Élaboration d'une politique influente d'acquisition de trafic Web</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CA6.1 Réaliser une veille permanente des techniques d'indexation des contenus Web afin d'adapter et corriger en temps réel sa stratégie en matière d'acquisition de trafic Web • CA6.2 Utiliser les fonctionnalités avancées de traitement de données d'un tableur afin de réaliser des traitements de données en masse côté client • CA6.3 Utiliser une interface en ligne côté serveur afin d'automatiser et optimiser le traitement des données • CA6.4 Rédiger des contenus spécifiques pour le web y compris par des méthodes génératives automatisées en langage HTML afin de les optimiser pour un référencement naturel de qualité • CA6.5 Définir une stratégie influente de positionnement et d'acquisition de trafic web par la maîtrise des fondamentaux de l'environnement de référencement naturel - SEO (Search Engine Optimization) et SEA (Search Engine Advertising) • CA6.6 Paramétrer les principaux outils de référencement de site du web (Google Analytics, Yandex Metrica et Matomo), la stratégie de positionnement retenue en matière de mise en visibilité du projet 	<p>OPTION : ACQUISITION DE TRAFIC WEB</p> <p><u>Cas pratique et mise en situation professionnelle :</u></p> <p>Les candidats définissent et mettent en œuvre une stratégie influente de positionnement et d'acquisition de trafic web en maîtrisant les fondamentaux du SEO et du SEA et en prenant en compte les contraintes du projet.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les candidats rédigent des contenus spécifiques pour le web, adaptés à un public cible et sur différents supports, y compris par des méthodes génératives automatisées en langage HTML. • Les candidats paramètrent les principaux outils de référencement de site web tels que Google Analytics, Yandex Metrica et Matomo. Ils exploitent les outils en vue d'une stratégie de positionnement en matière de mise en visibilité du projet. • Les candidats réalisent une veille permanente des techniques d'indexation des contenus web. Ils étudient en temps réel l'impact ainsi que la criticité de cette veille sur leur activité.
--	--	---	--

<p>A6.6 – Déploiement de la stratégie d'acquisition retenue</p> <p>A6.7 - Choix des indicateurs de performance de la stratégie retenue</p> <p>A6.8 - Mesure de la performance et réajustement si nécessaire de la stratégie retenue</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CA6.7 Lister et hiérarchiser les objectifs et les indicateurs afin de mesurer le taux de conversion et de valorisation de l'audience acquise par rapport au projet • CA6.8 Mesurer dans le temps la performance d'une action d'acquisition de trafic naturel ou payant afin de la conforter, de l'optimiser ou de la corriger si nécessaire au regard des taux de conversions définis. 	<p><u>Cas pratique d'analyse d'objectifs et d'indicateurs :</u></p> <p>A partir de cas fictifs de positionnement produits ou services sur le Web proposés les candidats procèdent à une analyse de réalisation d'objectifs de mise en visibilité Web sur la mesure d'indicateurs préalablement définis.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les candidats listent et hiérarchisent les objectifs et les indicateurs pour mesurer le taux de conversion et de valorisation de l'audience acquise par rapport au projet. • Les candidats utilisent une interface en ligne côté serveur pour automatiser et optimiser l'acquisition des données et utilisent les fonctionnalités avancées d'un tableur pour réaliser des traitements de données en masse côté client. • Les candidats mesurent dans le temps la performance d'une action d'acquisition de trafic naturel ou payant. • Ils confortent, optimisent ou corrigent cette action au regard des taux de conversions définis.
---	---	---	---

Épreuve transversale :

La validation des quatre blocs de compétences est obligatoire pour l'obtention du titre (3 blocs principaux 1 option au choix), ainsi que la **validation d'un mémoire de fin de formation**.

Pour se faire, Le candidat **effectue une mission** de stage relative à la conduite d'un projet digital de 4 mois minimum ou un contrat d'apprentissage d'une durée équivalente à celle de la formation dans une organisation publique ou privée. A l'issue de cette mission ou de ce contrat, **le candidat rédige un mémoire et le soutient devant un jury**. Dans ce mémoire sont notamment attendus les éléments suivants :

- La description du positionnement de l'organisation (présentation, organisation, veille concurrentielle et stratégie),
- La description d'une ou plusieurs problématiques identifiées à l'occasion de la définition de la mission de stage nécessitant la mise en œuvre d'un plan de communication digitale ou d'une mission de référencement optimisé ou du développement d'une application Web ou mobile,
- L'analyse de la situation existante et la mise en place d'un système de veille concurrentiel pour des problématiques similaires,
- La proposition de différentes solutions possibles avec un focus sur celles qui auront été retenues par l'organisation,
- La mise en œuvre de tableaux de bord et de planification des actions de communication digitale retenues,
- La présentation des résultats obtenus (le cas échéant) en fonction de critères de mesures observables,
- Un bilan critique sur plan personnel et professionnel de la mission et projection sur l'avenir.