

MANAGER ENTREPRENEURIAL DE PROJET NUMÉRIQUE ET STRATÉGIE DIGITALE – RNCP34267 REFERENTIELS D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION CAMPUS FONDERIE DE L'IMAGE

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. »

BLOC 1 : ÉLABORATION D'UN PROJET D'ENTREPRENEURIAT NUMÉRIQUE

Il s'agit d'élaborer le business plan complet du projet en utilisant des outils de marketing stratégique et du lean startup (BMC, customer development, etc.) en prévoyant son plan financier prévisionnel, l'organisation et les statuts de la future entreprise ainsi que la protection de la propriété industrielle et la conformité concernant la loi CEN et les RGPD afin de préparer la création de l'entreprise.

BLOC 2 : ÉLABORATION D'UN CAHIER DES CHARGES FONCTIONNEL ET DES SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES POUR UN PROJET NUMÉRIQUE

Il s'agit de concevoir le cahier des charges fonctionnels d'un projet numérique en décrivant les besoins fonctionnels du projet, en identifiant les risques, en organisant les différentes phases de construction du projet puis de détailler les besoins techniques et en modélisant la solution (UML) afin de piloter le travail des développeurs dans le cadre de méthodologies Agile.

BLOC 3 : CONCEPTION D'UN PROJET NUMÉRIQUE DANS UNE DÉMARCHE UX DESIGN

Il s'agit de concevoir l'expérience utilisateur et les prototypes de la solution en utilisant les outils de la conception centrée utilisateur (persona, diagramme d'alignement, customer journey mapping, wireframe, test utilisateurs, etc.) et la démarche UX design.

BLOC 4 : ÉLABORATION DE LA STRATÉGIE MARKETING ET DE COMMUNICATION D'UN PROJET D'ENTREPRENEURIAT

Il s'agit d'élaborer le plan de communication digital (SEO, SEM, SMO) et offline (événementiel, media planning, etc.) pour le lancement du projet.

BLOC 5 : RÉALISATION D'ÉTUDES ET RAPPORTS EN INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE ET STRATÉGIE D'ENTREPRISE

MANAGER ENTREPRENEURIAL DE PROJET NUMÉRIQUE ET STRATÉGIE DIGITALE – CAMPUS FONDERIE DE L'IMAGE - RNCP34267

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

VF – 10/10//2019

Il s'agit d'acquérir des compétences en veille et intelligence économique ainsi qu'en capacité de synthèse rédactionnelle afin de nourrir des choix stratégiques pour l'entreprise.

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
BLOC 1 : ÉLABORATION D'UN PROJET D'ENTREPRENEURIAT NUMÉRIQUE			
A1.1 Elaboration d'un business plan <ul style="list-style-type: none"> - élaboration de la proposition de valeur - analyse du marché - benchmark de la concurrence - identification et segmentation des cibles - définition du positionnement - analyse marketing stratégique - Business Model Canvas - Customer development (lean startup) - plan de développement d'affaire - plan de financement 	Élaborer un business plan entrepreneurial d'un projet numérique afin de présenter l'intérêt et la viabilité du projet <ul style="list-style-type: none"> - en définissant le concept et la proposition de valeur qui présentent les valeurs et innovations produites afin de convaincre de l'intérêt du produit et/ou du service. - en analysant le marché en menant une étude du secteur d'activité qui décrit sa structure (type d'entreprise, distribution, etc.), son CA, les chiffres clés (consommateurs, panier moyen, usages, etc.) afin d'appréhender ses opportunités et ses contraintes. - en réalisant une étude comparative de la concurrence (benchmark) qui analyse les points forts et points faibles des concurrents afin d'élaborer des préconisations pour le projet. - en définissant la segmentation des cibles du projet qui sera justifiée en termes d'usage et de critères socio-démographiques les cœurs de cible, cibles principales, 	Évaluation du dossier de création d'entreprise (18 pièces) comprenant un business plan complet et le plan financier ainsi que les documents administratifs de création d'entreprise, la description de l'organisation et de ses besoins en ressources humaines <i>Le dossier de création d'entreprise est rédigé en amont par le candidat et évalué sur l'écrit, pièce par pièce puis soutenu oralement devant un jury lors de la soutenance finale</i>	Qualité du business plan <i>La proposition de valeur est bien définie</i> <ul style="list-style-type: none"> -par une phrase courte qui décrit les bénéfices d'usage du concept -par un paragraphe décrivant les valeurs et innovations produites (produit/service, procédé/organisation, technologie, modèle d'affaire, marketing/commerce, innovation sociale)

MANAGER ENTREPRENEURIAL DE PROJET NUMÉRIQUE ET STRATÉGIE DIGITALE – CAMPUS FONDERIE DE L'IMAGE - RNCP34267

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

VF – 10/10//2019

	<p>cibles secondaires et en s'appuyant sur des données chiffrées afin de présenter les potentialités du marché.</p> <ul style="list-style-type: none"> - en définissant le positionnement du projet en fonction des éléments différenciants par rapport aux concurrents afin de justifier de son opportunité. - en réalisant une analyse de marketing stratégique avec les outils PESTEL, PORTER, SWOT afin de percevoir les contraintes et opportunité de l'environnement du projet. - en présentant le modèle d'affaire du projet à l'aide du Business Model Canvas (tableau présentant le modèle d'affaire en 9 blocs) afin de le synthétiser et de permettre une vision d'ensemble sur une seule page. - en réalisant des MVP (Minimum Product Viable) conformément à la méthode lean startup (enquête, interview, sondage, landing page, vidéo, prototype, etc.) afin de valider le concept (proof of concept) et les hypothèses émises concernant les propositions de valeurs et les cibles. - en créant un plan de développement d'affaire (business development) afin de prévoir les premières étapes du lancement du projet. - en établissant un plan de financement initial du projet entrepreneurial afin de chiffrer les besoins et les ressources financières. - en établissant les comptes de résultat prévisionnel sur 3 ans afin de présenter les produits et les charges envisagés du projet entrepreneurial 		<p><i>L'étude du marché présente de façon claire :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -le secteur d'activité, sa structure (type d'entreprise, distribution, etc.), son CA, les chiffres clés (consommateurs, panier moyen, usages, etc.) en s'appuyant sur des sources de qualité. <p><i>Le benchmark concurrentiel permet</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -d'identifier les propositions du marché, de rendre compte des forces et faiblesses de la concurrence, d'établir des préconisations <p><i>La segmentation des cibles permet :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - de bien définir les différentes cibles (cœurs de cible, cibles principales, cible secondaires) du projet et de justifier la segmentation d'un point de vue des usages et de critères socio-démographiques. -les différentes cibles sont accompagnées par des éléments chiffrés afin d'appréhender la potentialité du marché.
--	--	--	---

<p>A1.2 Rédaction d'un <i>executive summary</i> (résumé pour les dirigeants).</p> <p>A1.3 Établissement d'une société</p> <ul style="list-style-type: none"> - choix du statut juridique - rédaction de l'Annonce légale - complétion du formulaire URSAFF M0 	<ul style="list-style-type: none"> - en définissant le seuil de rentabilité et les besoins en fonds de roulement (BFR) du projet entrepreneurial afin de s'assurer de sa viabilité financière. - en établissant une trésorerie prévisionnelle du projet entrepreneurial sur 18 mois afin de s'assurer que ses besoins en trésorerie seront couverts. <p>Rédiger un executive summary en synthétisant le business plan dans un document de 4 à 5 pages afin de permettre aux investisseurs de juger de l'intérêt du projet</p> <p>Établir les documents demandés à la création d'une entreprise afin de permettre l'enregistrement de la société auprès de l'administration</p> <ul style="list-style-type: none"> - en définissant le statut juridique de l'entreprise afin qu'il soit adapté au projet et objectifs de l'entreprise. - en rédigeant l'annonce légale présentant la dénomination sociale, le sigle, la forme juridique, le montant du capital social, l'objet social, la durée de la société, les noms et adresse des dirigeants sociaux afin de la publier sur journal et la faire valider par le greffe du tribunal de commerce. - en rédigeant les dossiers administratifs (formulaire URSAFF M0) afin de déclarer et immatriculer son activité auprès du CFE. 		<p><i>Le positionnement du projet permet de bien d'identifier les éléments différenciateurs</i> du projet présentés sous forme de matrice carte radar, strategy canvas (blue ocean), matrice ERAC, grille comparative.</p> <p><i>L'analyse de marketing stratégique permet</i> de bien définir les variables pivots de l'environnement (PESTEL), de bien identifier les facteurs de succès tel que la concurrence, les clients, les fournisseurs (PORTER), et de mener un audit interne des forces et des faiblesses ainsi qu'un audit externe des opportunités et menaces (SWOT)</p> <p><i>Le business model canvas synthétise de manière claire le modèle d'affaire du projet. Seront analysés les éléments suivants :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -segmentation détaillée des utilisateurs, proposition de valeur pour chaque segment, canaux de distribution, relation avec les consommateurs, flux de revenu,
--	--	--	---

<p>A1.4 Protection de la marque et/ou de la société</p>	<p>Établir les documents nécessaires à la protection de la marque et/ou de la société (formulaire de dépôt de marque cerfa 12259*03) afin de pouvoir les déposer auprès l'INPI</p> <ul style="list-style-type: none"> - en définissant l'identité visuelle de l'entreprise et de la marque afin de valoriser l'offre auprès du public. - en déterminant les produits et services couverts par le dépôt afin de s'assurer d'une protection optimale. - en vérifiant la disponibilité de la marque auprès de l'INPI afin de s'assurer de l'antériorité. - en définissant les classes à déclarer lors du dépôt de marque en fonction de la classification internationale des marques afin de protéger tout l'environnement économique de la marque. - en complétant le formulaire de dépôt de marque cerfa 12259*03 afin de protéger la marque après de l'INPI. - en assurant la mise en conformité RGPD (désignation du DPO et de son champ d'action, rédaction des registres et formulaire de collecte de données et de leur justification, mention de la gestion des cookies) afin de respecter la directive européenne sur la protection des données. 		<p>activités clés, ressources clés, partenariats, structure de coût</p> <p><i>La validation du concept (customer development) relate de façon précise la méthodologie mise en place pour valider :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - les hypothèses de départ (interview, enquête, sondage, landing page, vidéo, etc.) - et les pivots opérés en fonction des retours des utilisateurs <p><i>Le plan du développement d'affaire (business development) décrit une stratégie cohérente pour conquérir les premiers utilisateurs ainsi que les grandes étapes de développement du projet</i></p>
--	---	--	---

<p>A1.5 Définition des besoins RH et structuration de l'organisation de l'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> - identification des besoins RH - élaboration de l'organigramme - rédaction de contrats de travail 	<p>Identifier les besoins en ressources humaines à l'aide d'un organigramme et définir les missions et tâches par une fiche de poste afin de répondre aux objectifs de l'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> - en identifiant les missions et tâches nécessaires à l'activité de l'entreprise afin de déterminer ses besoins en ressources humaines. - en évaluant les besoins en termes de qualification et de nombre de personnel afin d'estimer le coût financier. - en réalisant l'organigramme faisant apparaître les relations fonctionnelles afin de synthétiser l'organisation prévisionnelle de l'entreprise. - en rédigeant les contrats de travail conforme au droit du travail afin de préparer le recrutement. 		<p>Plan de financement initial permet de bien définir les besoins financiers initiaux du projet et prévoir les ressources nécessaires pour y répondre</p> <p>Le compte de résultat prévisionnel définit de manière réaliste les produits et charges du projet sur 3 ans et permet de s'assurer de la rentabilité de l'entreprise</p> <p>Le calcul du seuil de rentabilité permet d'évaluer de manière réaliste le point mort du projet (total charges = total produits) et le calcul du besoin en fond de roulement (BFR) permet d'identifier les besoins financiers en trésorerie</p> <p>La trésorerie sur 18 mois permet d'identifier la progression du CA et les variations saisonnières ainsi que les diverses échéances</p> <p>L'executive summary présente une synthèse du business plan qui permet de juger de l'intérêt du projet (proposition de valeur,</p>
--	--	--	--

			<p>marché, cibles, positionnement, chiffre clé du plan financier)</p> <p>La définition du statut juridique est justifiée et en cohérence avec le projet</p> <p>L'annonce légale présente la dénomination sociale, le sigle, la forme juridique, le montant du capital social, l'objet social, la durée de la société, les noms et adresse des dirigeants sociaux</p> <p>Le formulaire M0 est correctement instruit</p> <p>La recherche en antériorité a permis de s'assurer de la disponibilité de la marque</p> <p>Le formulaire de dépôt de marque est correctement rempli et le choix des classes couvre l'ensemble des activités de la marque</p> <p>La mise en conformité RGPD présente la désignation du DPO et de son champ d'action, la rédaction des registres et formulaire de collecte de données et de leur justification, les mentions de la gestion des</p>
--	--	--	---

			<p>cookies</p> <p>L'organigramme présente une structuration correcte de l'organisation</p> <p>Les relations fonctionnelles sont bien définies, les missions et tâches des différents postes sont bien identifiées et couvrent l'ensemble des besoins de l'entreprise</p> <p>Le contrat de travail présenté est conforme aux obligations du droit du travail</p>
<p>REFERENTIEL D'ACTIVITES décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</p>	<p>REFERENTIEL DE COMPETENCES identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</p>	<p>REFERENTIEL D'ÉVALUATION définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</p>	
		<p>MODALITÉS D'ÉVALUATION</p>	<p>CRITÈRES D'ÉVALUATION</p>
<p>BLOC 2 : ÉLABORATION D'UN CAHIER DES CHARGES FONCTIONNEL ET DES SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES POUR UN PROJET NUMÉRIQUE</p>			
<p>A2.1 Élaboration du cahier des charges fonctionnel</p> <ul style="list-style-type: none"> - définition des motivations et objectifs - définition des critères de succès - réalisation d'un benchmark 	<p>Élaborer le cahier des charges fonctionnel d'un projet numérique afin de présenter ses exigences, ses risques ainsi que son planning prévisionnel</p> <ul style="list-style-type: none"> - en définissant les motivations et objectifs du projet afin de situer son contexte. 	<p>Évaluation du cahier des charges fonctionnel d'un projet numérique (7 pièces) ainsi que les spécifications techniques (4 pièces) qui en découlent</p>	<p>Qualité du cahier des charges fonctionnel</p> <p>Les motivations et objectifs du projet sont clairement exprimés</p>

<p>fonctionnel</p> <ul style="list-style-type: none"> - expression des besoins et Matrice de traçabilité des exigences - élaboration du WBS (Structure de découpage du projet) - planification Gantt, PERT - identification des risques 	<ul style="list-style-type: none"> - en définissant les critères de succès quantifiables afin de présenter les indicateurs de réussite du projet. - en réalisant un benchmark fonctionnel qui présente les solutions techniques et fonctionnelles mises en œuvre dans la concurrence ou plus largement sur des projets comparables afin d'établir des préconisations fonctionnelles. - en identifiant et listant les exigences fonctionnelles, non fonctionnelles et les contraintes de conception afin de d'exprimer les besoins. - en créant une matrice qui croise les exigences fonctionnelles et les exigences non fonctionnelles afin de d'indiquer les interdépendances. - en élaborant la structure de découpage du projet (WBS) qui présente une arborescence des tâches du projet afin de réaliser une première évaluation des besoins du projet. - en planifiant les diverses tâches du projet, en évaluant leur durée et en identifiant les tâches pouvant être conduites en même temps (PERT si besoin) afin d'optimiser le temps de réalisation et en les présentant dans un diagramme de Gantt. - en identifiant les risques du projet à l'aide d'une matrice AMDEC (Analyse des Modes de Défaillance, de leurs Effets et de leur Criticité) afin de proposer des mesures correctives. 	<p><i>Le cahier des charges et les spécifications techniques sont rédigés par le candidat en amont et évalués sur l'écrit</i></p>	<p>Les critères de succès sont identifiés à l'aide d'indicateurs de performance quantifiables (nombre d'utilisateurs, taux de notoriété, nombre de page vue, etc.) et sont réalistes</p> <p>Le benchmark fonctionnel présente des solutions aux problématiques fonctionnelles du projet. Il permet d'identifier les bonnes pratiques et les solutions à éviter et propose des préconisations en cohérence avec le projet</p> <p>La liste des exigences fonctionnelles, non fonctionnelles et contraintes de conception est exhaustive et détaillée</p> <p>La matrice de traçabilité des exigences croise correctement les exigences fonctionnelles avec les exigences non fonctionnelles</p> <p>La structure de découpage du projet présente 100% des tâches à effectuer pour le projet sous forme d'arborescence numéroté et chaque tâche est évalué en temps de travail nécessaire (jour/homme)</p>
---	--	---	--

<p>A2.2 Modélisation UML du système d'information</p> <ul style="list-style-type: none"> - Modélisation UML (diagramme des cas d'utilisation, diagramme de séquence, selon le cas diagramme de classes, diagramme diagramme d'état) <p>A2.3 Élaboration des spécifications détaillées</p> <ul style="list-style-type: none"> - Spécifications techniques - Élaboration de l'arborescence - rédaction du rubricage 	<p>Modéliser le système d'information en UML afin de permettre sa réalisation par les équipes de développement</p> <ul style="list-style-type: none"> - en modélisant les cas d'utilisation en UML afin de définir les rôles et leurs droits. - en modélisant les diagrammes de séquence en UML afin de définir le scénario nominal et ses alternatives. - en modélisant la base de données en UML afin de prévoir les entités et relations ainsi que leurs cardinalités. - en modélisant les diagrammes d'état afin de prévoir le comportement dynamique des objets. <p>Élaborer les spécifications détaillées du projet afin d'indiquer aux équipes de développement les solutions techniques envisagées</p> <ul style="list-style-type: none"> - en décrivant les choix technologiques et en les justifiant afin d'optimiser et d'anticiper les besoins en développement. - en élaborant l'arborescence du système afin de définir les pages types de l'interface et les niveaux de navigation. - en rédigeant le rubricage de la solution afin de présenter le contenu de chaque page (thématique, style rédactionnel, typologie des médias, description du contenu, éléments structurels). 		<p><i>La planification du projet est présentée sous forme d'un diagramme de Gantt et identifie la durée de chaque tâche et celles qui peuvent être accomplies simultanément afin d'optimiser le temps de réalisation. Les jalons du projet (étapes clés) sont identifiés.</i></p> <p><i>Les risques sont identifiés dans leur fréquence, gravité et détection des mesures correctives sont proposées</i></p> <p><i>La modélisation UML des cas d'utilisation respecte la norme du langage UML et relie les acteurs au cas d'utilisation en permettant d'identifier leurs droits.</i></p> <p><i>La modélisation UML des diagrammes de séquence respecte la norme du langage UML et présente le scénario nominal ainsi que les alternatives</i></p> <p><i>La modélisation UML de la base de données (MCD) qui est optionnelle dans le cas de solutions basées sur des CMS préexistants (ex wordpress, drupal, etc.) présente les entités avec leurs attributs, leur clé</i></p>
---	--	--	---

			<p><i>primaire les relations entre entité avec les cardinalités.</i></p> <p>Les diagrammes d'état UML qui sont obligatoires dans le cas de transactions complexes faisant intervenir plusieurs systèmes doivent respecter la norme UML et présenter les différents états du système lors des transactions</p> <p>Les choix technologiques doivent présenter et justifier les solutions techniques envisagées</p> <p>L'arborescence présente les différents sections/pages de l'interface et propose une hiérarchisation pour que la navigation soit optimisée</p> <p>Le rubricage présente le contenu des différentes sections/pages de l'interface en termes de thématique, style rédactionnel, typologie des médias, éléments structurels)</p>
--	--	--	--

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
BLOC 3 : CONCEPTION D'UN PROJET NUMÉRIQUE DANS UNE DÉMARCHE UX DESIGN			
A3.1 Découverte et idéation <ul style="list-style-type: none"> - Recherche des utilisateurs - Recueil des besoins - Segmentation des utilisateurs - Création de carte heuristique (mindmap) des persona - Création des cartes d'empathie - Création de fiches persona - Création de diagramme d'alignement - Création d'expérience map / de customer journey mapping / de userflow / de storyboard 	Découvrir et identifier les besoins des utilisateurs afin que les solutions proposées correspondent aux mieux à leurs attentes <ul style="list-style-type: none"> - en découvrant les utilisateurs en utilisant des données statistiques, des enquêtes, des sondages, des entretiens, les réseaux sociaux afin de les identifier. - en recueillant le besoin des utilisateurs à l'aide d'interviews, d'observations sur site afin de nourrir l'idéation du projet. - en segmentant les utilisateurs en fonction de critères d'usage, de motivation et d'expérience utilisateur afin de préparer les scénarios d'usage. - en créant des cartes heuristiques (mindmap) afin de synthétiser la découverte et la segmentation des utilisateurs ainsi que leurs besoins. - en créant des cartes d'empathie afin d'identifier les aspirations, les problèmes, les motivations, les actions, les pensées, les ressentis, les craintes, les dires afin de bien connaître et comprendre les utilisateurs. 	<p>Rédaction d'un livret UX design de recherche regroupant l'ensemble des pièces (recherche utilisateurs, mindmap, fiches persona, diagramme d'alignement, expérience map, wireframe, tests utilisateurs et grille d'évaluation des interfaces, chartes ergo/ux/design persuasif, charte graphique, maquette fonctionnelle) relatant les recherches et étapes de la création des interfaces.</p> <p><i>Le livret UX design de recherche et création des interfaces est évalué sur l'écrit puis soutenu devant un jury</i></p>	Qualité du livret UX design <p><i>La description de la recherche des utilisateurs relate comment la découverte des utilisateurs et leur segmentation a été effectuée</i></p> <p><i>La mind map des personae présente les types de persona rencontrés, leur motivation, leurs besoins</i></p> <p><i>Les cartes d'empathie présentent les aspirations, motivations, problèmes, les craintes, les pensées, les ressentis, les dires des persona</i></p> <p><i>Les fiches des personae présentent les archétypes d'utilisateurs leur nom, photo, leurs données socio-démographiques (âge, travail, situation familiale, etc.) motivations, leurs freins, leur</i></p>

<p>A3.2 Création des prototypes (Wireframing)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Création des prototypes basses résolutions (wireframe) - Création des grilles d'évaluation des prototypes utilisateurs - Réalisation de tests utilisateurs 	<ul style="list-style-type: none"> - en créant des fiches persona synthétisant les archétypes d'utilisateurs afin de les confronter virtuellement à l'expérience utilisateur. - en créant des diagrammes d'alignement (tableau qui présente les besoins utilisateurs et les réponses qui leur sont apportées) afin d'enrichir l'expérience utilisateur. - en créant des cartes d'expérience (experience map) et/ou des cartes du parcours client (customer journey mapping) ainsi que des parcours utilisateurs (user flow) sous forme de storyboard afin d'identifier les points de blocage et les freins et de rechercher les améliorations possibles. <p>Créer des prototypes et les évaluer par des tests utilisateurs afin de s'assurer de leurs utilisabilités et permettre des améliorations de l'expérience utilisateur grâce à des itérations (versions successives)</p> <ul style="list-style-type: none"> - en créant des prototypes basses résolutions afin de s'assurer de la bonne organisation des interfaces (architecture de l'information) et de leur utilisabilité. - en élaborant des grilles d'évaluation des prototypes afin d'évaluer lors des tests utilisateurs la compréhension de l'interface et son utilisabilité ainsi que l'expérience utilisateur. - en réalisant des tests utilisateurs afin d'évaluer la qualité de l'expérience utilisateur et identifier les points d'améliorations lors des itérations (nouvelle version) 		<p><i>technographie, les scénarios introductifs</i></p> <p>Les diagrammes d'alignement <i>présentent les besoins des utilisateurs et les solutions apportées par le système</i></p> <p>Les cartes d'expériences (experience map) ou les parcours utilisateurs/clients (customer journey mapping) <i>présentent les différentes étapes d'un scénario d'usage avec l'indication des points de contact, des motivations, des ressentis, des pensées</i></p> <p>Les wireframing <i>permettent de juger de la qualité de l'architecture de l'information et de l'utilisabilité des interfaces. Ils ne comportent pas de couleurs (niveau de gris) ni de choix graphique (icônes, forme des boutons, etc.). Les typographies sont présentées dans leur taille, famille et style selon leur rôle. Les éléments de contenus sont présents (images de placement, notation, boutons, etc.)</i></p> <p>Les grilles de test <i>permettent de réaliser un comparatif quantifié</i></p>
---	--	--	---

<p>A3.3 Création des chartes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Élaboration de la charte ergonomique - Élaboration de la charte UX - Élaboration du design persuasif et de la gamification - Élaboration de la charte graphique 	<p>Élaborer les chartes d'ergonomie et d'expérience utilisateur afin de s'assurer de la cohérence des interfaces et de concevoir une expérience utilisateur optimisée</p> <ul style="list-style-type: none"> - en élaborant la charte ergonomique qui s'appuie sur les règles d'ergonomie par exemple sur les 12 règles d'ergonomie énoncée par Amélie Boucher afin de s'assurer de l'utilisabilité des interfaces. - en élaborant la charte UX en référence aux 7 éléments de l'UX identifiés par Peter Morville afin d'offrir une expérience utilisateur optimisée. - en élaborant la charte du desing persuasif en référence aux éléments de la persuasion tel qu'identifiés par Robert Cialdini et analysés par les grilles d'évaluation du design persuasif mise au point par Alexandra Nemery afin d'optimiser la qualité persuasive des interfaces. <p>Élaborer l'identité visuelle de la marque afin de s'assurer de la cohérence graphique des interfaces et de l'identité de la marque grâce à la charte graphique</p> <ul style="list-style-type: none"> - en créant le logo de la marque afin d'assurer une identité visuelle de la marque. - en choisissant les différentes typographies (familles, tailles et styles en fonction de leur rôle) afin d'assurer une cohérence graphique entre l'univers de la marque et les supports de communication. - en choisissant les couleurs principales et secondaires afin d'assurer la cohérence graphique de l'univers de la 		<p><i>lors des test utilisateurs en les interrogeant sur la compréhension du service et de l'interface, la compréhension des éléments interactifs et l'utilisabilité lors de scénarios d'usage</i></p> <p>Les chartes UX (ergonomie, UX design, design persuasif) <i>présentent les solutions retenues concernant les règles d'ergonomie (Boucher), les éléments UX (Morville), les éléments du design persuasif (Cialdini, Nemery)</i></p> <p>La charte graphique <i>présente le logo, le choix des polices (famille, style et taille selon leur rôle), l'iconographie de l'interactivité, le traitement des médias (taille, ornement, etc.)</i></p> <p>La maquette fonctionnelle est présentée <i>sous forme interactive et permet de simuler au plus proche des parcours utilisateurs. Elle est appréciée d'un point de vue qualité et maîtrise du design (organisation, respiration, fluidité, précision, etc.)</i></p>
--	--	--	--

<p>A3.4 Création de maquette fonctionnelle et prototype</p> <ul style="list-style-type: none"> - création des écrans - création d'un prototype interactif - sélections des composants pour les objets connectés - développement de la connectivité et de la programmation de l'objet connecté - réalisation de tests d'utilisation et de fonctionnalité 	<p>marque ainsi que la cohérence de tous les supports de communication.</p> <ul style="list-style-type: none"> - en définissant les différents traitements possibles des médias (taille, forme, cadre, ombre portée, etc.) pour les photos, vignettes, vidéos, etc. afin de préserver la cohérence entre les pages de l'interface. - en créant les icônes et boutons afin de préserver la cohérence graphique entre les pages de l'interface. - en présentant la charte graphique sous forme de style tile (planche tendance) afin de mettre en situation les choix graphiques. <p>Créer la maquette fonctionnelle et le prototype à l'aide d'outils dédiés afin de réaliser des tests d'utilisation et de fonctionnalité</p> <ul style="list-style-type: none"> - en créant les écrans à l'aide de logiciel d'infographie afin de préparer leur intégration. - en créant un prototype interactif grâce à un logiciel dédié (Adobe XD, Sketch, in-vision, etc.) afin de simuler l'interactivité. - en développement si besoin la connectivité et la programmation de l'objet connecté afin de construire un prototype. - en réalisant des tests d'utilisation et de fonctionnalité afin d'améliorer la solution. 		
---	--	--	--

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
BLOC 4 : ÉLABORATION DE LA STRATÉGIE MARKETING ET DE COMMUNICATION D'UN PROJET D'ENTREPRENEURIAT			
A4.1 Élaboration de la stratégie e-marketing <ul style="list-style-type: none"> - élaboration du plan de communication digital - élaboration du plan de référencement SEO - élaboration du plan de référencement SEM - élaboration de la stratégie SMO - élaboration de la campagne de crowdfunding 	Élaborer la stratégie e-marketing afin de permettre une communication optimisée à l'aide d'un plan de communication digital <ul style="list-style-type: none"> - en élaborant le plan de communication digital qui présente les objectifs, les cibles, les messages et les vecteurs (site internet, blog, réseaux sociaux, newsletter, jeux, etc.) afin d'optimiser les actions à mener. - en élaborant le plan de référencement SEO qui présente les solutions retenues pour le référencement naturel avec les préconisations pour la complétion des balises meta title (structure et choix de mots clés) et meta description, les mots clés retenus pour le contenu ainsi que l'inbound marketing (stratégie de marketing de contenu), les stratégies de netlinking (référencement externe) afin d'optimiser le référencement naturel. - en élaborant le plan de référencement SEM qui présente la structure du compte adwords (campagnes, groupes d'annonce, annonces, mots clés et structure de la longue traîne (termes retenus pour la recherche web) ainsi que le budget retenu et le CPA (coût par acquisition) attendu afin de prévoir l'investissement nécessaire en SEM. 	Rédaction du plan de communication digital et offline du projet <i>Le plan de communication digital et offline est évalué sur l'écrit et soutenu oralement</i>	Qualité du plan de communication digital et offline <i>Le plan de communication digital présente les objectifs, les cibles, les messages et les vecteurs envisagés (site internet, blog, réseaux sociaux, newsletter, jeux, etc.) de la communication digitale</i> <i>Le plan de référencement SEO présente les solutions retenues pour le référencement naturel les préconisations pour la complétion des balises meta title (structure et choix de mots clés) et meta description, les mots clés retenus pour le contenu, l'inbound marketing (stratégie de marketing de contenu), les stratégies de netlinking (référencement externe)</i> <i>Le plan de référencement SEM présente la structure du compte</i>

<p>A4.2 Élaboration de la stratégie de communication offline</p> <ul style="list-style-type: none"> - élaboration du plan de communication offline - élaboration de la stratégie événementielle - élaboration du media planning - création de support de communication visuelle 	<ul style="list-style-type: none"> - en élaborant la stratégie SMO qui présente les différents réseaux sociaux qui seront mobilisés, les types de messages et cibles par réseau social, la fréquence des publications, les influenceurs partenaires envisagés, les groupes (facebook, linkedin, forum, etc.) sur lesquels intervenir afin d'optimiser sa présence sur le web et de générer de l'acquisition (growth hacking). - en élaborant une campagne de crowdfunding pour plateforme dédiée et en réalisant le clip vidéo présentant le projet afin d'assurer une communication fédérant une communauté d'early adopter. - en créant une landing page (page d'atterrissage pour les différentes campagnes) afin de présenter le produit/service. <p>Élaborer une stratégie de communication offline à l'aide d'un plan de communication afin d'assurer une visibilité en dehors du web et de bénéficier de canaux médiatiques 360°</p> <ul style="list-style-type: none"> - en élaborant un plan de communication offline qui présente les objectifs, les cibles, les messages et les médias retenus afin d'optimiser les actions de communication à entreprendre. - en élaborant une stratégie événementielle présentant les différents événements prévus lors des premiers mois de vie de la société (soirée de lancement, salons, showroom, etc.) afin d'optimiser l'acquisition de nouveaux clients et le taux de notoriété du produit. - en élaborant le media planning afin de définir les achats d'espace sur les divers médias retenus, le type de 		<p><i>adwords (campagne, groupe d'annonce, annonce, mots clés et structure de la longue traîne (termes retenus pour la recherche web) ainsi que le budget retenu et le CPA (coût par acquisition) attendu</i></p> <p>La stratégie SMO présente les différents réseaux sociaux qui seront mobilisés, les types de messages et cibles par réseau social, la fréquence des publications, les influenceurs partenaires envisagés, les groupes (facebook, linkedin, forum, etc.) sur lesquels intervenir</p> <p>La campagne de crowdfunding présente le choix de la plateforme argumenté, la maquette de la page du projet, définissant les rewards (récompense aux contributeurs), réalisant le clip vidéo présentant le projet</p> <p>La landing page (page d'atterrissage pour les différentes campagnes) présente la promesse du produit/service et ses fonctionnalités propose un call to action (appel à l'action) efficace, un partage sur les réseaux</p>
--	--	--	---

	<p>message et la forme les cibles, la fréquence et le budget, le ROI escompté pour optimiser le budget de communication.</p> <p>- en créant les supports de communication visuelle imprimés (flyers, affiches, annonces presse, plaquettes, etc.) afin de répondre aux besoins identifiés par le plan de communication.</p>		<p><i>sociaux, les points de contacts</i></p> <p>Le plan de communication offline présente les objectifs, les cibles, les messages et les médias envisagés en dehors de la communication digitale</p> <p>La stratégie événementielle présente les différents événements prévus lors des premiers mois de vie de la société (soirée de lancement, salons, showroom, etc.)</p> <p>Le media planning définit les achats d'espace sur les divers médias retenus, le type de message et la forme, les cibles, la fréquence et le budget, le ROI escompté</p> <p>Les supports de communication visuelle imprimés (flyers, affiches, annonces presse, plaquettes, etc.) respectent la charte graphique de la marque et sont adaptés à leur vecteur et leur cible en termes de message et de facture</p>
--	---	--	--

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
BLOC 5 : RÉALISATION D'ÉTUDES ET RAPPORTS EN INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE ET STRATÉGIE D'ENTREPRISE			
A5.1 Rédaction d'une étude de recherche en intelligence économique <ul style="list-style-type: none"> - sélection du thème - identification des concepts et auteurs clés - création d'une carte heuristique - définition d'une problématique - réalisation d'une recherche - élaboration d'un sommaire - élaboration d'un plan d'action - élaboration d'un plan détaillé - réalisation des interviews - réalisation d'études qualitatives et/ou quantitatives - rédaction du mémoire 	Réaliser une étude afin de répondre une problématique permettant prendre des décisions stratégiques <ul style="list-style-type: none"> - sélectionner le thème de la recherche en identifiant les concepts et auteurs clés correspondant au thème et en définissant une problématique. - rédiger une note d'intention présentant les axes de la recherche, les questionnements qu'ils soulèvent et l'intérêt de leur étude dans le cadre de la problématique. -réaliser une recherche à l'aide de publications scientifiques et d'études qualitatives et quantitatives en menant des interviews d'experts du domaine abordé. -rédiger un mémoire en s'appuyant sur les recherches 	Rédaction d'un mémoire d'études dont le sujet est lié au projet professionnel permettant de répondre à une problématique et à des prises de décisions stratégiques <i>Le mémoire est évalué sur l'écrit et soutenu oralement devant un jury professionnel.</i>	Qualité de l'étude <i>Le mémoire pour être recevable doit être constitué de 140 000 caractères minimum, avoir une orthographe correcte, contenir une interview minimum et une bibliographie commentée</i> Le mémoire est évalué pour l'écrit selon 4 critères Le formalisme (coefficient 1) <ul style="list-style-type: none"> • Orthotypographie • Mise en page • Normes citations La rédaction (coefficient 1)

	effectuées.		<ul style="list-style-type: none"> • Orthographe • Qualité rédactionnelle • Richesse du vocabulaire • Structure du plan <p>La Recherche (coefficient 2)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Richesse documentaire (ouvrages, rapports, articles, études, webographie) • Illustrations et graphiques (qualité, pertinence, nombre) • Identification des auteurs et concepts clés <p>Maîtrise du sujet (coefficient 4)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Méthodologie • Richesse du développement • Profondeur de l'analyse • Articulation de l'argumentation • Vision et synthèse • Positionnements personnels <p>La soutenance du mémoire est évaluée selon 4 critères.</p>
--	-------------	--	--