

REFERENTIELS

BLOCS DE COMPETENCES TRANSVERSALES

1	Mettre en œuvre les usages avancés et spécialisés des outils numériques	<p>- Identifier les usages numériques et les impacts de leur évolution sur le ou les domaines concernés par la mention</p> <p>- Se servir de façon autonome des outils numériques avancés pour un ou plusieurs métiers ou secteurs de recherche du domaine</p>	<p><u>Intitulé de l'épreuve</u> Définir une stratégie de communication digitale</p> <p><u>Type d'évaluation</u> Etude de cas et contrôle de connaissances</p> <p><u>Cadre de mise en œuvre et de déroulement de l'évaluation</u> Les candidats doivent, à partir d'éléments contextuels, proposer un plan de communication pour une marque ou un projet donné.</p> <p><u>Intitulé de l'épreuve</u> Utiliser les outils numériques pour mettre en œuvre leur projet de création</p> <p><u>Type d'évaluation</u> Mise en situation professionnelle</p> <p><u>Cadre de mise en œuvre et de déroulement de l'évaluation</u> Les candidats utilisent des outils numériques pour mettre en valeur et expliciter leurs projets de création</p> <p><u>Intitulé de l'épreuve</u> Utiliser les outils numériques spécifiques à l'activité de designer</p> <p><u>Type d'évaluation</u> Contrôle de connaissances</p> <p><u>Cadre de mise en œuvre et de déroulement de l'évaluation</u> Les candidats utilisent des logiciels de design lors d'ateliers. Les enseignants disposent de fiches d'évaluations spécifiques.</p>
----------	--	--	---

<p>2</p>	<p>Produire et mobiliser des savoirs hautement spécialisés</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mobiliser des savoirs hautement spécialisés, dont certains sont à l'avant-garde du savoir dans un domaine de travail ou d'études, comme base d'une pensée originale - Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou à l'interface de plusieurs domaines - Résoudre des problèmes pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures et intégrer les savoirs de différents domaines - Apporter des contributions novatrices dans le cadre d'échanges de haut niveau, et dans des contextes internationaux - Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande ou d'une situation afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes en respect des évolutions de la réglementation 	<p><u>Intitulé de l'épreuve</u> Conception et réalisation d'un projet de création</p> <p><u>Type d'évaluation</u> Mise en situation professionnelle</p> <p><u>Cadre de mise en œuvre et déroulement de l'évaluation</u> Les candidats doivent présenter un projet de création lors de pré-jurys et d'un jury composé de professionnels. Le projet de création comporte la mobilisation de savoirs spécialisés, la connaissance d'enjeux spécifiques, l'innovation, autour d'une problématique de design.</p> <p><u>Intitulé de l'épreuve</u> Rédaction d'un mémoire de fin d'études</p> <p><u>Type d'évaluation</u> Soutenance</p> <p><u>Cadre de mise en œuvre et déroulement de l'évaluation</u> Les candidats soutiennent un mémoire de fins d'étude démontrant la capacité à mener une réflexion critique et étayée autour d'une problématique définie ayant trait à leur champ de spécialisation.</p>
----------	---	---	--

<p style="text-align: center;">3</p>	<p style="text-align: center;">Mettre en oeuvre une communication spécialisée pour le transfert de connaissances</p>	<p>- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation</p> <p>- Communiquer à des fins de formation ou de transfert de connaissances, par oral et par écrit, en français et dans au moins une langue étrangère</p>	<p><u>Intitulé de l'épreuve</u> Rédaction d'une fiche de synthèse</p> <p><u>Type d'évaluation</u> Mise en situation professionnelle</p> <p><u>Cadre de mise en oeuvre et de déroulement de l'évaluation</u> Les candidats doivent appuyer la présentation de leur projet de création par des références spécifiques et documentées.</p> <p><u>Intitulé de l'épreuve</u> Elaboration de stratégies de recherche et de documentations</p> <p><u>Type d'évaluation</u> Etude de cas et contrôle de connaissances</p> <p><u>Cadre de mise en oeuvre et déroulement de l'évaluation</u> Les candidats doivent réaliser des recherches documentaires ciblées autour de problématiques définies</p> <p><u>Intitulé de l'épreuve</u> Rédaction d'un mémoire de fin d'études</p> <p><u>Type d'évaluation</u> Soutenance</p> <p><u>Cadre de mise en oeuvre et déroulement de l'évaluation</u> Les candidats soutiennent un mémoire de fins d'étude démontrant la capacité à mener une réflexion critique et étayée autour d'une problématique définie ayant trait à leur champ de spécialisation.</p>
---	---	---	--

<p>4</p>	<p>Contribuer à la transformation en contexte professionnel</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Gérer des contextes professionnels ou d'études complexes, imprévisibles et qui nécessitent des approches stratégiques nouvelles - Prendre des responsabilités pour contribuer aux savoirs et aux pratiques professionnelles et/ou pour réviser la performance stratégique d'une équipe - Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en œuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif - Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique dans le cadre d'une démarche qualité - Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale 	<p><u>Intitulé de l'épreuve</u> Réalisation d'un stage de six mois</p> <p><u>Type d'évaluation</u> Rapport d'expérience professionnelle</p> <p><u>Cadre de mise en œuvre et déroulement de l'évaluation</u> Les candidats doivent rédiger et présenter un rapport d'expériences professionnelles liées à leur stage d'insertion professionnelle.</p> <p><u>Intitulé de l'épreuve</u> Conduite d'un projet de création</p> <p><u>Type d'évaluation</u> Mise en situation professionnelle</p> <p><u>Cadre de mise en œuvre et déroulement de l'évaluation</u> Les candidats doivent conduire la réalisation de leur projet de création en collaboration avec des partenaires extérieurs et en tenant compte des impératifs RSE. Les candidats doivent rédiger un rapport d'expérience.</p>
-----------------	--	--	--

BLOCS DE COMPETENCES SPECIFIQUES

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
Bloc n°1 : Développement d'un concept d'identité de marque			
<ul style="list-style-type: none"> - Définition, recensement, identification d'un ADN de marque et ses codes. - Recherche des nouvelles tendances. - Déclinaison de l'ADN, l'identité en différents thèmes pour inspirer les créations. - Détermination et validation des projets de développement créatifs. 	<ul style="list-style-type: none"> - Construire le storytelling, raconter l'histoire de la marque existante ou à naître afin de cibler son ADN, son essence. - Orienter (ou ré-orienter) et analyser son identité, la conceptualiser. - Analyser l'image d'une marque afin de la positionner par rapport à ses concurrents. - Anticiper les évolutions du marché afin d'innover en fonction des tendances locales et internationales. - Utiliser les logiciels design (PAO Illustrator, Photoshop) afin de proposer un rough visuel au client. - Concilier l'ADN de la marque à un univers personnel en définissant un concept, des axes de développements créatifs, des thèmes de collection. - Mobiliser des arguments afin de faire adhérer les équipes et la direction au positionnement artistique, au parti-pris stylistique 	<p><u>Intitulé de l'épreuve</u> Création d'un mood board (planche de tendances)</p> <p><u>Type d'évaluation</u> Création d'outils</p> <p><u>Cadre de mise en œuvre et de déroulement de l'évaluation</u> Les candidats doivent, à partir d'une thématique mode imposée, réaliser leur mood board. Ils défendront leurs choix stylistiques à l'oral (15 minutes).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La demande est délimitée précisément et est contextualisée - La réponse à la demande est correctement présentée - La capacité à être force de proposition (dans le choix des couleurs, des matières, des associations, etc.) - Les concepts sont analysés et détaillés - La veille sur le marché est réalisée avec précision - La capacité à innover - Les approches proposent une cohérence visuelle correctement construite - Les choix sont expliqués et défendus - Les arguments développés suscitent l'adhésion à une vision

Bloc n°2 : Déclinaison d'ADN de marques sur des collections

<ul style="list-style-type: none"> - Application des approches créatives aux déclinaisons de lignes de produits - Réalisation de dessins et de croquis de pièces de collections - Sélection des matières, des tissus, d'imprimés adaptés - Création de lignes de produits pour la réalisation de collections - Décisions, sélections et arbitrages des créations, des choix techniques et créatifs 	<ul style="list-style-type: none"> - Sélectionner des éléments, des marqueurs issus de l'ADN d'une marque et/ou d'une approche créative afin de les décliner sur des pièces de collections. - Imaginer et rechercher des possibilités de déclinaisons d'éléments de marques afin de structurer des collections. - Utiliser différentes techniques (logiciels de dessin, techniques de dessin, etc.) afin de réaliser des croquis et de présenter des pièces de collections. - Réaliser des croquis de pièces, effectuer des recherches de couleurs et de matières afin de présenter des projets de création de collections. - Rechercher et anticiper des techniques de réalisation adaptées afin d'anticiper des confections de modèles et de produits pour des collections de mode. - Effectuer des tests de matières afin de contrôler des effets et des rendus dans le cadre de déclinaisons d'éléments d'enseignes sur des collections. - Sélectionner des éléments à intégrer à des pièces et des articles de mode, des détails afin de créer et d'intégrer des signatures en lien avec des collections. - Sélectionner des pièces à réaliser afin d'illustrer des rendus de collections et de pouvoir apprécier des effets de styles, de matières, <ul style="list-style-type: none"> - Réaliser des patrons de différentes pièces et d'articles afin de valider leur création et leur intégration à des collections. - Superviser des déclinaisons possibles de créations 	<p><u>Intitulé de l'épreuve</u> Présentation de croquis, de planches et d'une pièce réalisée pour une collection d'une enseigne de mode à partir de l'ADN de la marque.</p> <p><u>Type d'évaluation</u> Mise en situation professionnelle</p> <p><u>Cadre de mise en œuvre et de déroulement de l'évaluation</u> Les candidats doivent réaliser et présenter un projet de collection pour le compte d'une enseigne à partir d'un brief présentant la marque, son ADN et le positionnement attendu de la collection. Ils doivent présenter différents modèles, croquis réalisés à mains levée et sur ordinateurs pour illustrer leur proposition de collection</p>	<ul style="list-style-type: none"> - L'ADN d'une marque est respecté et intégré dans la création des pièces de la collection - Les propositions de créations, dans le cadre d'une collection, sont présentées et détaillée - La sélection des choix de techniques de confection et de matières est justifiée - Le projet de collection dans la mode est présenté de manière argumentée
---	--	--	--

Bloc n°3 : Management d'équipes et conduite de projets de création

<ul style="list-style-type: none"> - Gestion des équipes de création et de production - Suivi technique du projet - Pilotage des indicateurs, financiers et de qualité notamment 	<ul style="list-style-type: none"> - A partir du cahier des charges, construire des outils de pilotage et de management afin d'assurer la conduite d'un projet. - Définir les étapes clefs (rencontres avec le client, délais de livraison, etc.) afin de planifier le projet et de pouvoir établir des plannings d'activités de services et d'équipes. - Définir les mots clefs, se référer aux mood boards afin de s'assurer que les équipes partagent les mêmes intentions de collection. - Sourcer les ateliers afin de sélectionner le ou les partenaires de fabrication nécessaires à des confections de pièces et d'articles. - Elaborer les gammes matières, couleurs et familles de produits afin d'harmoniser les différents produits et les différentes lignes de produits, s'assurer de l'équilibre et de la cohérence de la collection. - Utiliser des matériaux et des textiles innovants afin d'inclure la notion environnementale dans le projet (upcycling, no waste, etc.) - Orienter et diriger les équipes artistiques afin de s'assurer d'une cohésion entre la création et la conception. - Animer les réunions et les briefs avec les différentes parties prenantes du projet (les fournisseurs, les équipes marketing, les achats, les responsables de collection, etc.) afin de communiquer sur l'avancée du projet 	<p><u>Intitulé de l'épreuve</u> Conduite de projet de création d'une collection de mode</p> <p><u>Type d'évaluation</u> Rapport d'expérience professionnelle et contrôle de connaissance</p> <p><u>Cadre de mise en œuvre et de déroulement de l'évaluation</u> Les candidats doivent rédiger et présenter un rapport d'expériences professionnelles liées à la participation à la création d'une collection au sein d'une enseigne de mode. Le travail doit porter sur une problématique managériale.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le/la candidat(e) identifie correctement projet de création - Les décisions prises sont justifiées - L'évolution des coûts, des délais, de la qualité est maîtrisée - Les conséquences des choix sont analysées correctement. - L'équipe est définie (rôles et missions), les tâches sont réparties et la communication bien gérée - Le porteur de projet définit une démarche projet claire et efficace (objectifs atteints, indicateurs suivis, écarts corrigés) - La présentation est claire, elle valorise les résultats et la démarche projet - Le planning est élaboré avec minutie - Les différentes dimensions du projet sont maîtrisées
---	--	---	--

Bloc n°4 : Structuration des stratégies de développement de marques

<ul style="list-style-type: none"> - Identification et préconisation d'axes stratégiques de développement de marques - Définition des orientations stratégiques et budgétaires avec des directions générales en lien avec des projets de création. - Positionnements de collections en fonction de marchés visés et de clientèles ciblées. - Coordination des activités des pôles créatifs et des différents services d'entreprises 	<ul style="list-style-type: none"> - Analyser des évolutions et des tendances de marchés afin de définir des possibilités d'innovation, d'ouverture et de développement sur des marchés. - Rechercher des possibilités de positionnements de marques sur des marchés et sur des approches créatives afin de rechercher des possibilités d'orientations d'activités. - Intégrer des orientations et des attentes de directions générales et financières afin d'orienter des préconisations de conception de créations, de positionnement de styles de marques. - Estimer des coûts de plans de développement et des perspectives de recettes afin d'établir et de participer à la validation d'approches budgétaire. - Intégrer dans des recherches d'approches artistiques des contraintes économiques et budgétaires afin de concilier des ambitions créatives avec les impératifs stratégiques et budgétaires d'enseignes. - Etablir un business plan pour le développement d'une marque afin de présenter une vision globale de projets de créations. - Utiliser les termes appropriés afin d'échanger avec des directions générales, des directions financières, des investisseurs sur des plans stratégiques de développement d'enseignes dans l'univers de la mode - Intégrer des orientations et des attentes de directions pour la conception de créations - Concilier des ambitions créatives avec les impératifs stratégiques et budgétaires. 	<p><u>Intitulé de l'épreuve</u> Elaboration d'une stratégie de développement d'une enseigne/entreprise de mode</p> <p><u>Type d'évaluation</u> Mise en situation professionnelle</p> <p><u>Cadre de mise en œuvre et de déroulement de l'évaluation</u> Les candidats doivent élaborer et présenter un plan stratégique de développement (type business plan) d'une enseigne de mode existante ou qui serait créée à partir d'un concept personnel. Présentation devant un jury de professionnels du secteur de la mode (1 heure).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le plan de développement est conçu et adapté à un concept de marque du secteur de la mode - Le plan de développement est formalisé dans le cadre d'un business plan normé - Le/la candidat(e) analyse le diagnostic stratégique avec clarté et pertinence - Le/la candidat(e) présente une étude de marché en justifiant la méthodologie choisie - Le plan stratégique de développement proposé est complet et concret - Les budgets prévisionnels sont établis correctement, - Le/la candidat(e) sélectionne les indicateurs les plus pertinents et constitue un tableau de bord
---	--	---	---

Bloc n°5 : ELABORATION DES POLITIQUES MARKETING ET PROMOTION DE L'IMAGE DE MARQUE

<ul style="list-style-type: none"> - A partir des déclinaisons et des choix artistiques/créatifs, élaboration de stratégies marketing et commerciale pour atteindre les marchés ciblés - Définition des aménagements de points de vente et des stratégies de présentation de produits en boutiques - Préparation d'opération de présentation, de promotion de collections (défilés, shootings, etc.) - Mise en scène de créations et la scénographie de présentations de collection - Supervision de défilés, d'évènements de présentation de créations 	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborer une stratégie marketing et de développement en fonction des contraintes budgétaire et des positionnements de la marque - Créer des univers pour présenter des créations en fonction de thèmes - Opter pour de nouvelles formes de distribution (concept store, boutique éphémère, e-commerce, etc.) afin d'optimiser les ventes - Elaborer des gammes de produits dérivés et/ou d'accessoires à partir de l'ADN de marque - Programmer des opérations et des évènements, des défilés, des shootings photos afin de lancer des collections selon des calendriers stratégiques définis à partir des enjeux de la marque - Définir les axes de communication de la marque et établir un plan de communication adapté à des collections afin de permettre aux équipes de travailler sur des discours, des visuels, des axes de communication. - Superviser des préparations et des déroulés de défilés, gérer et respecter des budgets définis pour des opérations de promotion afin de réussir des lancements de collections. - Superviser des séances de shootings afin de diriger des prises de vues et de contrôler des qualités de rendus. - Imaginer, composer, créer, transformer des lieux, des décors afin de les adapter à des présentations de types de créations. - Rédiger des storytelling afin de faciliter les reprises d'éléments de communication par des tiers (journalistes, influenceurs, équipes, etc.). 	<p><u>Intitulé de l'épreuve marketing</u> Elaboration d'une stratégie marketing pour le lancement d'une nouvelle collection</p> <p><u>Type d'évaluation</u> Etude de cas et contrôle de connaissance</p> <p><u>Cadre de mise en œuvre et de déroulement de l'évaluation</u> Les candidats doivent, à partir d'éléments contextuels, proposer un plan d'action pour le lancement d'une marque fictive. Ils travaillent en groupe et soutiennent ensuite leurs idées devant un jury de professionnels du secteur de la mode (1 heure).</p> <p><u>Intitulé de l'épreuve Communication</u> Elaboration d'opération de communication et d'évènements adaptés au lancement d'une collection dans le cadre d'un budget donné.</p> <p><u>Type d'évaluation</u> Mise en situation professionnelle et contrôle de connaissance</p> <p><u>Cadre de mise en œuvre et de déroulement de l'évaluation</u></p>	<p>Le jury évalue les candidats à l'appui de grilles individuelles qui permettent d'évaluer :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La capacité à faire une étude de marché, à analyser les comportements consommateurs - La capacité à recenser tous les canaux de distribution envisageables - La capacité à proposer une stratégie de développement cohérente avec l'image de marque du produit
--	--	--	--

		<p>Les candidats doivent, à partir d'éléments contextuels, d'éléments budgétaires donnés, proposer un plan de lancement d'une collection avec des éléments de communication et des événements en lien avec un cadrage budgétaire défini. Les candidats soutiennent ensuite leur présentation devant un jury de professionnels du secteur de la mode (1 heure).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le plan de communication pour le lancement d'une collection est structuré et détaillé - Les événements adaptés au lancement d'une collection sont imaginés et scénarisés avec clarté et pertinence - Le cadrage budgétaire en lien avec des opérations de promotion de communication est détaillé correctement et respecté - Les éléments de communication en lien avec un lancement de collection sont rédigés concrètement pour répondre au besoin <p>La démarche créative est exposée et présentée à l'écrit et à l'oral</p>
--	--	--	--

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