

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. »

Candidat en situation de handicap :

Dans le cadre du respect du règlement d'examen, tout candidat peut saisir le référent handicap du certificateur pour aménager les modalités d'évaluation et obtenir l'assistance d'un tiers lors de l'évaluation. Les supports et le matériel nécessaires à la réalisation des évaluations pourront être adaptés. Sur conseil du référent handicap et dans le respect des spécifications du référentiel, le format de la modalité pourra être adaptée.

Sur avis motivé du référent handicap le jury de certification peut décider d'exempter le candidat de certains critères d'évaluation. :

- dans la mesure où cela ne remet pas en question la capacité professionnelle globale du candidat
- si le critère au regard de la nature du handicap n'a pas vocation à s'appliquer dans la pratique professionnelle future du candidat

Ces deux critères étant cumulatifs.

L'ingénieur de certification s'engage dans la mesure du possible à élaborer des modalités d'évaluation inclusives permettant une adaptation du format. Dans le cas d'une modalité spécifique à une situation de travail, il s'engage à préciser le cadre des aménagements possibles.

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
Activité 1 : Animation d'un processus de problématisation et	C1.1 Analyser les besoins de clients internes/externes en s'appuyant sur la réalisation d'interviews, le brief client, l'étude de son ADN/culture d'entreprise, de son environnement, de ses marchés,	Projet professionnel Dans le cadre d'un besoin rencontré par une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit dresser la liste des	Démontre la bonne utilisation de grilles de lecture issues de plusieurs disciplines (sciences humaines et

<p>d'idéation à partir d'une analyse des besoins clients</p> <p>A1.1 Réalisation d'une recherche exploratoire (observation des usages, d'interviews, de veille technologique et concurrentielle, sur l'étude des tendances du marché.)</p>	<p>de ses concurrents, des enjeux rencontrés et de ses utilisateurs finaux, de manière à identifier la problématique du projet d'innovation et/ou de transformation</p>	<p>enjeux rencontrés par l'entreprise. Pour se faire, il doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proposer un protocole d'enquête qualitative et/ou quantitative à déployer, - Identifier le positionnement de l'entreprise dans son écosystème, - Etablir une liste des enjeux et leur seuil de criticité. 	<p>sociales, sciences du design, marketing, management, ...),</p> <p>Identification des enjeux et des forces sous-jacents à la demande,</p> <p>Démontre sa compréhension de la culture d'entreprise et du positionnement du commanditaire, et leur influence sur les enjeux rencontrés,</p> <p>Démontre la maîtrise des méthodologies d'interviews, de questionnements et de reformulation.</p>
	<p>C1.2 Elaborer un dispositif de veille scientifique, technique, technologique, réglementaire, sectorielle et concurrentielle sur le marché français et international en :</p> <ul style="list-style-type: none"> - définissant les objectifs de veille, - mobilisant des méthodologies de recherche, traitement et exploitation de données, - évaluant la fiabilité du protocole, afin de soutenir le travail exploratoire nécessaire à la problématisation du besoin du commanditaire 	<p>Projet professionnel</p> <p>Dans le cadre d'un besoin rencontré par une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit documenter les enjeux identifiés préalablement, en réalisant un état de l'art synthétique.</p>	<p>Présentation d'une cartographie des principaux domaines de veille exposant la finalité générale, les objectifs précis et les moyens mobilisés pour chacun d'entre eux,</p> <p>Démontre la pertinence des outils de veille utilisés au regard des objectifs recherchés,</p> <p>Démontre la pertinence et la fiabilité des sources utilisées,</p> <p>Synthétise l'information et démontre sa capacité à la restituer,</p>

			Démontre l'intérêt des informations complémentaires recherchées.
A1.2 Problématisation d'un projet de transformation digitale pour un commanditaire interne/externe	C1.3 Interpréter et articuler une problématique en matière de projet d'innovation et/ou de transformation à un commanditaire en s'appuyant sur une analyse des sources d'information collectées (<i>veille, interviews, enquêtes terrain</i>) avec les données et tendances issues du marché et de la technologie, de manière à visualiser le problème au travers d'un prisme centré sur l'utilisateur final	<p>Projet professionnel</p> <p>Dans le cadre d'un besoin rencontré par une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit choisir une problématique en matière de projet d'innovation et/ou de transformation.</p> <p>Cette problématique doit répondre aux besoins et enjeux rencontrés par l'organisation.</p>	<p>Au travers de sa formulation, le cadre d'intervention et les enjeux doivent transparaître de manière claire et concise de façon à ce que le lecteur puisse déjà avoir une idée sur les portées et limites de l'étude,</p> <p>La possibilité de travailler sur le sujet prédéfini se démontre dans l'énonciation de la problématique compte tenu des contraintes induites par le cadre prédéfini,</p> <p>Le respect de l'équilibre entre l'exploration et la quête d'innovation est impératif.</p> <p>Démontre l'intérêt de la problématique au regard de la culture d'entreprise, des besoins préalablement identifiés, de son positionnement, et des enjeux rencontrés par leur secteur et/ou les secteurs avoisinants.</p>
A1.3 Evaluation et anticipation des risques projet	C1.4 Identifier et analyser l'ensemble des risques pour la réussite du projet depuis la phase d'idéation jusqu'à la livraison et l'exploitation, en évaluant	<p>Projet professionnel</p> <p>Dans le cadre d'un besoin rencontré par une entreprise réelle ou fictive,</p>	Démontre sa connaissance des concepts et méthodes de management des risques dans le cadre de gestion de projet

	<p>les causes et les conséquences et en les classant par degré de criticité de façon à émettre des préconisations lors des revues de projet</p>	<p>le candidat doit réaliser une étude de faisabilité sur la base de scénarii</p>	<p>Définit une politique de management des risques réaliste au vue du contexte</p> <p>Les évènements susceptibles de représenter un risque pour le projet sont identifiés de façon exhaustive</p> <p>Le candidat démontre sa maîtrise des outils de gestion des risques type modèle de cotation de la gravité des conséquences de manière à évoluer correctement de degré de criticité de chaque risque</p> <p>Les préconisations en matière de gestion des risques sont cohérentes et cohérentes par rapport à la nature du projet et au contexte dans lequel il s'inscrit</p>
<p>A1.4 Animation de la phase d'idéation favorisant l'émergence d'hypothèses de travail et de pistes créatives</p>	<p>C1.5 Animer un processus créatif de production, développement et communication, auprès d'équipe pluridisciplinaire, en mobilisant des outils et méthodologies adaptés, afin de favoriser l'émergence d'idées créatives répondant à la problématique de l'utilisateur final</p>	<p>Mise en situation professionnelle</p> <p>Dans le cadre d'une mise en situation professionnelle réelle ou reconstituée s'appuyant sur un brief client, le candidat doit proposer une prestation incluant l'animation d'un processus créatif.</p> <p>Il doit décrire :</p>	<p>Le candidat présente de façon ludique l'atelier et explicite les règles et la méthodologie de déploiement. L'explication est claire et compréhensible pour un public néophyte.</p> <p>La méthodologie et les outils utilisés permettent de favoriser la génération</p>

		<ul style="list-style-type: none"> - La méthodologie d'animation et les outils nécessaires, - La durée du/des atelier(s) proposé(s) - L'apport de la méthodologie de projet aux vues des résultats escomptés. 	<p>d'idées et permettent de garantir le maintien d'une bonne atmosphère,</p> <p>Le candidat démontre l'apport de la méthodologie par rapport au projet à mener. Il explicite et argumente son choix. Il démontre une prise de hauteur nécessaire.</p>
	<p>C1.6 Evaluer l'adéquation des pistes créatives aux besoins des utilisateurs finaux à l'aide d'outils et de méthodologies itératives, de manière à adapter le projet aux spécificités des utilisateurs.</p>	<p>Projet professionnel</p> <p>Dans le cadre d'un besoin rencontré par une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit évaluer les différentes pistes créatives proposés aux moyens de <i>tests users</i>.</p>	<p>Le candidat utilise des méthodologies de tests utilisateurs quantitatifs ou qualitatifs suivant des protocoles <i>ad hoc</i> adaptés au contexte et à la solution proposée</p> <p>Le candidat adopte une attitude d'apprentissage et ne cherche pas à défendre sa solution ou à influencer les réponses des utilisateurs,</p> <p>Démontre sa capacité à prendre en compte des éléments issus de la communication non verbale,</p> <p>Le candidat documente les résultats de manière à en faciliter l'analyse.</p>

<p>Activité 2 : Conception d'un projet de transformation et/ou d'innovation</p> <p>A2.1 Conception de la proposition de valeur d'un projet de transformation et/ou d'innovation</p>	<p>C2.1 Elaborer la proposition de valeur d'un projet, à partir des opportunités préalablement définies et du retours clients, en s'appuyant sur le diagnostic stratégique et opérationnel ainsi que l'évaluation du marché de manière à la présenter aux commanditaires</p>	<p>Projet professionnel</p> <p>Dans le cadre d'un besoin rencontré par une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit présenter la proposition de valeur d'un projet de transformation et/ou d'innovation</p>	<p>La proposition de valeur est pertinente cad qu'elle répond à la problématique définie préalablement et validé par le commanditaire.</p> <p>Le candidat présente les avantages de l'offre face à la concurrence de façon synthétique et réaliste, et permet de mettre en avant le bénéfice apporté par le projet.</p> <p>Il démontre que la proposition de valeur est unique et claire. En somme, cela met en valeur la singularité du projet.</p>
<p>A2.2 Déploiement du projet d'innovation et/ou transformation</p>	<p>C2.2 Définir l'organisation (<i>équipe projet, gouvernance et organigramme</i>), les étapes d'un projet d'innovation et/ou de transformation, les besoins en ressources humaines, matérielles et financières, afin d'assurer la réussite du projet</p>	<p>Projet professionnel</p> <p>Dans le cadre d'un besoin rencontré par une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit présenter sa méthodologie de projet et des tableaux de bord permettant le suivi du projet</p>	<p>Il/elle choisit et détaille une méthodologie de projet adaptée à l'organisation et aux objectifs du projet de transformation et/ou d'innovation.</p> <p>Démontre sa maîtrise de la méthodologie de gestion de projet (<i>compréhension de la mécanique et capacité de mise en œuvre</i>).</p> <p>Il/elle identifie correctement les parties intéressées et présente une gouvernance</p>

			<p>du projet efficiente (sponsor et instance de décision).</p> <p>Il/elle propose un compte rendu et un document de suivi pertinents.</p> <p>Le document de suivi est visuel et reprends les solutions sélectionnées, le rétroplanning et les livrables attendus.</p>
A2.3 Définition du modèle économique et du business modèle d'un projet d'innovation et/ou de transformation	<p>C2.3 Définir le modèle économique en :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Évaluant les coûts de fonctionnement, - En identifiant la valeur générée par le projet, - En élaborant la politique de tarification / stratégie de revenu et /ou de ressources financières <p>De manière à générer de la rentabilité ou un équilibre financier</p>	<p>Projet professionnel</p> <p>Dans le cadre d'une étude de cas portant sur une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit rédiger un <i>executive summary</i></p>	<p>L'<i>executive summary</i> est synthétique et permet d'apporter une vision globale de la stratégie de déploiement du projet d'innovation et/ou de transformation.</p> <p>L'<i>executive summary</i> est percutant, pédagogique et didactique, cad qu'il permet de mettre en avant la valeur générée par le projet en reflétant l'essence du projet de transformation et/ou d'innovation</p>
	<p>C2.4 Définir le business plan d'un projet de transformation et/ou d'innovation en :</p> <ul style="list-style-type: none"> - formalisant un plan financier, - détaillant les sources de financement, - s'appuyant sur l'évaluation des besoins en ressources (humaines, financières, 	<p>Projet professionnel</p> <p>Le candidat doit présenter un business plan du projet d'innovation et/ou transformation</p>	<p>Démontre sa maîtrise de la structure d'un business plan.</p> <p>Le business plan présenté est complet, cad qu'il comporte : nom de l'entreprise, nature de son activité,</p>

	matérielles et immatérielles...) préalablement réalisée de manière à permettre la viabilité du projet	adapté à la structure et à la stratégie de l'organisation.	<p>valeurs et histoire du projet, audience cible et typologie du marché (concurrents, taille, opportunités).</p> <p>Les moyens nécessaires à la mise en œuvre du projet sont listés et sont réalistes au vu de développement du projet d'innovation et/ou de transformation.</p> <p>L'évaluation des investissements en haut de bilan et/ou des sources de revenus et de leur régularité (prévisions financières) est cohérent au regard des capacités de financements et des habitudes de consommation de la cible.</p> <p>L'évaluation des charges globales, et des besoins matériels, immatériels, humains et financiers est réaliste.</p>
A2.4 Présentation d'une solution et/ou d'un projet de transformation auprès des parties intéressées	C2.5 Défendre la solution sélectionnée/le projet de transformation et/ou d'innovation auprès des parties intéressées en présentant un business plan, en traitant les objections potentielles de manière à convaincre son auditoire.	<p>Projet professionnel</p> <p>Dans le cadre d'un besoin rencontré par une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit défendre son projet à l'aide d'une présentation orale et/ou écrite, dans un format imposé par le commanditaire.</p>	<p>Le candidat propose des préconisations pertinentes et démontre l'exploitation et la bonne interprétation des résultats des tests utilisateurs obtenus,</p> <p>Le candidat respecte le cadre et le formalisme qui lui ont été imposés,</p>

			La présentation est argumentée et convaincante.
--	--	--	---

<p>Activité 3 : Conception et mise en œuvre d'une stratégie de communication interne/externe</p> <p>A3.1 Conception d'une stratégie de communication interne/externe.</p>	<p>C3.1 Identifier les cibles de communication internes (équipe, direction...) / externes (clients, prospects, financeurs, partenaires, ambassadeurs...), et les utilisateurs finaux dans le cadre du déploiement d'un projet de transformation et/ou d'innovation, de manière à concevoir une stratégie de communication adaptée à l'appropriation et la valorisation du projet</p>	<p>Projet professionnel</p> <p>Dans le cadre d'un besoin rencontré par une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit présenter la cible et les objectifs de communication par cible de communication.</p>	<p>Le candidat propose une identification de la cible complète : habitudes, comportements d'achat, persona, âge, besoins.</p> <p>Le candidat segmente la clientèle de manière pertinente, cad qu'il établit des critères en fonction du marché, de la plateforme de marque du commanditaire et de la cible de communication.</p> <p>Construction d'un personae par segmentation de marché synthétisant de façon claire et concise les résultats de l'analyse de l'audience cible.</p>
	<p>C3.2 Concevoir et déployer une stratégie de communication à destination de cibles internes (<i>directions, collaborateurs, ambassadeurs, sponsors, etc.</i>), en définissant et planifiant les différentes actions de communication incluant la sensibilisation et la formation des collaborateurs dans une logique</p>	<p>Projet professionnel</p> <p>Dans le cadre d'un besoin rencontré par une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit définir la stratégie de communication d'un projet de transformation et/ou d'innovation à destination d'une audience interne</p>	<p>Les objectifs de la stratégie de communication sont définis. <i>Ils sont SMART Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes, Temporels</i></p> <p>Les actions de communication déployées permettent aux collaborateurs de s'approprier le projet.</p>

	d'accompagnement au changement afin de favoriser l'appropriation du projet	(direction, collaborateur et/ou ambassadeur/promoteur...)	<p>Les indicateurs de résultats de la stratégie de communication/des actions de communication sont définis.</p> <p>La stratégie de communication reflète une « traduction créative » de la proposition de valeur du projet d'innovation et/ou de transformation.</p>
	C3.3 Elaborer une stratégie de communication à destination de cibles externes en définissant et planifiant les différentes actions de communication à mettre en œuvre au regard des moyens disponibles/alloués, de manière à atteindre les objectifs préalablement définis	<p>Projet professionnel</p> <p>Dans le cadre d'un besoin rencontré par une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit définir la stratégie de communication d'un projet de transformation et/ou d'innovation à destination de cible externe</p>	<p>Les objectifs de la stratégie de communication sont définis. Ils sont SMART Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes, Temporels</p> <p>Les axes de communication et de positionnement sont définis au regard de la cible.</p> <p>Les différents canaux de communication sont définis. Ils sont adaptés aux caractéristiques de la cible.</p> <p>Le plan de communication est élaboré. Il définit les différentes actions de communication envisagées. Les actions sont temporellement planifiées.</p> <p>Le budget de la stratégie de communication est défini et respecté.</p>

<p>3.2 Traduction d'une stratégie de communication en campagne de communication opérationnelle</p>	<p>C3.4. Réaliser une campagne de communication créative traduisant la proposition de valeur du projet d'innovation et/ou de transformation dans une dynamique centrée sur l'utilisateur final, de manière à soutenir les objectifs du projet préalablement définis</p>	<p>Projet professionnel</p> <p>Dans le cadre d'un besoin rencontré par une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit réaliser une campagne de communication à destination des utilisateurs finaux</p>	<p>Les objectifs du dispositif de communication sont clairement définis.</p> <p>Le message du dispositif est bref et percutant. Il permet d'être compris rapidement par la cible.</p> <p>Les techniques de storytelling sont utilisées à bon escient de manière à susciter la curiosité du public.</p> <p>Les choix effectués respectent les codes de la marque.</p> <p>Le dispositif de communication rédigé est adapté à son canal de diffusion (on-line, off-line) et au support préalablement déterminé.</p>
--	---	---	--

<p>Activité 4 : Pilotage du projet d'innovation et/ou de transformation jusqu'à la phase de rendu final</p> <p>A4.1 Conception et test des prototypes de pistes créatives de la phase d'idéation au déploiement d'un projet</p>	<p>C4.1 Réaliser le prototypage (dessin, maquette virtuelle en CAO, animation...) des différentes pistes créatives durant la phase de divergence créative en s'appuyant sur des savoirs et des techniques artistiques, les enjeux d'interface et les besoins UX et parties prenantes afin de répondre à la problématique de manière créative</p>	<p>Mise en situation professionnelle :</p> <p>Dans le cadre d'une mise en situation réelle ou reconstituée, le candidat présente visuellement le cheminement intellectuel, évolution de son concept à toutes les étapes clés de son projet.</p>	<p>Prise en compte des informations qualitatives et quantitatives lors des observations, synthèses, de l'état de l'art des recherches exploratoires pour la création des représentations de produits, de services, d'espace et d'identité,</p>
--	--	--	--

<p>d'innovation, dans une démarche itérative</p>			<p>Qualité et pertinence des représentations produites,</p> <p>Pertinence des différents choix techniques, matériaux, données, ergonomie, voire de l'énergie,</p> <p>Créativité et choix esthétiques,</p> <p>Pertinence des solutions proposées au regard du brief et de la démarche mise en œuvre et de l'analyse d'impact.</p>
	<p>C4.2 Observer les utilisateurs durant la phase test en analysant leurs comportements, leurs réactions et leur performance dans la réalisation de tâches prédéfinies par les scénarios, de manière à identifier les forces et faiblesses de la solution évaluée</p>	<p>Mise en situation professionnelle :</p> <p>Dans le cadre d'une mise en situation réelle ou reconstituée, le candidat doit mettre en place et expliciter un protocole d'études terrain.</p>	<p>Le candidat utilise des méthodologies de tests utilisateurs quantitatifs ou qualitatifs suivant des protocoles adhoc adaptés au contexte et à la solution proposée</p> <p>Le candidat adopte une attitude d'apprentissage et ne cherche pas à défendre sa solution ou à influencer les réponses des utilisateurs,</p> <p>Démontre sa capacité à prendre en compte des éléments issus de la communication non verbale,</p> <p>Le candidat documente les résultats de manière à en faciliter l'analyse.</p>

<p>A4.2 Conception « technique » d'un projet d'innovation et/ou de transformation</p>	<p>C4.3 Concevoir et réaliser une solution d'un projet d'innovation et/ou de transformation respectant les besoins client et tenant compte des spécificités des procédés de fabrication, environnementales et sociétales, afin d'affiner les décisions de conception et permettre son déploiement et/ou son industrialisation</p>	<p>Mise en situation professionnelle :</p> <p>Dans le cadre d'une mise en situation réelle ou reconstituée, le candidat doit présenter une maquette de sa solution</p>	<p>Démontre la prise en compte de plusieurs critères lors de l'évaluation d'une maquette de principe/aspect (fonctionnalités /attributs, ergonomie, les réactions des utilisateurs,...)</p> <p>Pertinence de l'application de la solution (utilité, utilisabilité et plaisir à l'usage)</p>
<p>A4.3 Pilotage de l'amélioration continue d'un projet d'innovation et/ou de transformation, dans une démarche itérative</p> <p>A4.4 Evaluation de l'adéquation entre la solution, les enjeux du commanditaire et les besoins des utilisateurs finaux</p>	<p>C4.4 Piloter des revues de projet en :</p> <ul style="list-style-type: none"> - identifiant et conviant les intervenants appropriés, - animant les réunions de revue de direction, - documentant et intégrant les modifications à la solution <p>afin de garantir l'amélioration continue de la solution</p>	<p>Projet professionnel</p> <p>Dans le cadre d'un besoin rencontré par une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit organiser des revues de projet à différentes étapes du processus de conception.</p>	<p>Le candidat démontre que la revue de projet a été menée de façon complète et systématique à l'aide de documents tout au long du projet,</p> <p>Le candidat démontre que la revue de projet a permis d'évaluer le respect des exigences qualité du projet, d'identifier les problèmes et de proposer le développement de solutions,</p> <p>Les documents utilisés lors des revues de projet retracent l'évolution du projet rappellent les objectifs et le cas échéant prennent en compte les aspects légaux et réglementaires.</p>

	<p>4.5 Evaluer l'atteinte des objectifs du projet d'innovation et/ou de transformation en vérifiant le respect du cahier des charges et des besoins utilisateurs, en évaluant la performance des équipes pluridisciplinaires engagées et en évaluant la satisfaction client afin de présenter les résultats au commanditaire</p>	<p>Projet professionnel</p> <p>Dans le cadre d'un besoin rencontré par une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit évaluer l'atteinte des objectifs à partir des résultats de tests effectués.</p>	<p>Les indicateurs de suivi et de réussite du projet utilisés sont pertinents,</p> <p>Le candidat démontre que le projet a été piloté avec le souci de respecter la problématique ayant justifié le démarrage du projet,</p> <p>Le candidat propose une évaluation globale du déroulé et de la réussite du projet,</p> <p>Proposition de recommandations pertinentes pour le pilotage de projets futurs.</p>
	<p>4.6 Piloter une démarche d'amélioration continue pour un projet d'innovation et/ou de transformation, en s'inscrivant dans une démarche itérative et en construisant un plan d'évolution du produit.</p>	<p>Mise en situation professionnelle</p> <p>Le candidat explicite sa démarche itérative pour l'amélioration continue du projet d'innovation et/ou transformation.</p>	<p>Le candidat explicite la façon dont il va mobiliser la direction générale et les membres constituant la gouvernance du projet d'innovation et/ou de transformation.</p> <p>La démarche itérative est explicitée et permet d'intégrer facilement des ajustements éventuels, des transformations du produit/service et/ou de l'enrichir selon les besoins et retours des utilisateurs.</p>

			Le candidat identifie correctement les objectifs et freins potentiels à la réalisation du projet, et apporte des réponses permettant de lever ces résistances aux changements.
--	--	--	--

<p>Activité 5 : Management d'une équipe projet, d'une direction technique et/ou d'une équipe transverse</p> <p>A5.1 Sélection, accompagnement et évaluation des membres d'une équipe pour le déploiement d'un projet d'innovation/de transformation.</p>	<p>C5.1 Sélectionner les membres de l'équipe projet (internes et externes) en fonction des projets d'innovation et/ou techniques à réaliser, en collaboration avec la direction des ressources humaines, en veillant à la non-discrimination des candidats, afin de renforcer l'équipe projet.</p>	<p>Analyse réflexive de la pratique professionnelle :</p> <p>Dans le cadre d'une gestion de projet, le candidat explicite les raisons qui ont motivé la constitution de l'équipe projet. Le candidat réalise un debrief des points forts et axes d'amélioration de chacun des profils de l'équipe projet.</p>	<p>Le candidat traduit correctement les enjeux du projet et des compétences clés à maîtriser.</p> <p>Il identifie des critères ayant permis de constituer une équipe (expérience, recommandations, diplômes, aspirations professionnelles ou appétences particulières...).</p> <p>Il évalue la performance de chaque membre de l'équipe et explicite les axes d'amélioration.</p>
	<p>C5.2 Evaluer l'adéquation entre les profils des collaborateurs de l'équipe projet et le besoin en compétences nécessaire à la réalisation d'un projet d'innovation et/ou technique en analysant les profils, les réalisations et performances de chacun de manière à assurer la réussite du projet</p>	<p>Dossier de consulting / Dossier professionnel</p> <p>Dans le cadre d'un projet en équipe portant sur une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit expliciter le rôle de chacun dans l'organisation par rapport au champ d'expertise</p>	<p>Le candidat évalue justement le besoin en compétence de l'équipe projet en prenant en compte les spécificités du projet d'innovation/transformation.</p> <p>Explicitation claire du rôle de chacun et des ajustements mis en œuvre tout au</p>

		(mission et responsabilité de chacun, temps accordé...).	long du projet pour remédier aux dysfonctionnements éventuels. Démontre sa capacité à prendre de la hauteur par rapport à un projet mené.
A5.2 Accompagnement de l'appropriation de la vision du projet / la direction du projet d'innovation / technique	C5.3 Diriger une équipe projet composée d'intervenants internes et externes, en communiquant sur les choix techniques et technologiques, en définissant des objectifs SMART, les méthodes et les modalités de mise en œuvre, dans le respect des règles d'inclusion, ainsi que les indicateurs de performance afin de renforcer l'efficacité collective.	<p>Dossier de consulting / Dossier professionnel</p> <p>Dans le cadre d'un projet de type professionnel en partenariat avec une entreprise ou reconstitué :</p> <p>- Produire un document explicitant la méthodologie de gestion de projet et de pilotage de l'équipe projet, décrivant les rôles et attributs de chacun des membres, ainsi que les livrables attendus.</p> <p>Il démontre la prise en compte de critère de non-discrimination et d'inclusion.</p>	<p>Le document doit expliquer de façon claire et pédagogique aux différentes parties prenantes du projet (chef de projet, les développeurs, la fonction commerciale, les équipes côté client...), le mode de fonctionnement et les conséquences de l'approches de gestion du cycle de vie choisie.</p> <p>Le candidat rend évidentes les étapes de production de la solution et les ressources mobilisées pour chacune.</p> <p>Le candidat explicite de façon claire et lisible les règles et les contraintes à respecter pour la bonne mise en œuvre de l'approche.</p> <p>Il décrit précisément le déroulement et la planification d'un cycle d'itération de l'approche, en respectant les standards/bonnes pratique de marché.</p> <p>Il explicite les rôles des membres de l'équipe dans la mise en œuvre de l'approche.</p>

<p>Activité 6A - Spécialisation Brand (bloc optionnel) : Conception et mise en œuvre de la stratégie de communication</p> <p>A6A1. Elaboration d'une stratégie de brand content</p>	<p>C6A.1 Elaborer et déployer une stratégie de brand content en :</p> <ul style="list-style-type: none"> - mobilisant les équipes pluridisciplinaires, - assurant l'adéquation des contenus aux besoins de la cible et à la valeur de la marque, <p>De manière à soutenir l'acquisition de prospects et la fidélisation de clients</p>	<p>Mise en situation professionnelle</p> <p>Dans le cadre d'une mise en situation professionnelle réelle ou reconstituée, le candidat doit présenter une stratégie de contenu répondant aux besoins du commanditaire</p>	<p>Le candidat identifie correctement son audience (groupe de personnes susceptibles d'adhérer à la marque et/ou de réagir à son discours)</p> <p>La stratégie de brand content est claire et intègre : l'identité visuelle, la planification des publications, les types de contenus (écrits, visuels, sonores, audiovisuels, œuvres... à publier et la teneur des messages à porter (style, vocabulaire, ton...)</p> <p>Le candidat choisit les médias pertinent sur lesquels diffuser sa stratégie de brand content au regard de la stratégie globale de l'organisation et de sa cible</p>
<p>A6A2. Déploiement de la stratégie de brand content sous la forme de campagne de communication différenciante</p>	<p>C6A.2 Promouvoir un site internet, une application mobile ou une web app ou tout autre dispositif digital innovant auprès des utilisateurs finaux, en déployant des techniques de référencement naturel et/ou payant et des campagnes de communication, dans le respect de l'ADN de la marque et du</p>	<p>Mise en situation professionnelle</p> <p>Dans le cadre d'une mise en situation professionnelle réelle ou reconstituée, le candidat doit proposer une stratégie de promotion d'une solution informatique et/ou un produit et/ou un site internet auprès d'une cible client.</p>	<p>Le candidat propose une stratégie de référencement (naturel et payant) cohérente par rapport à la stratégie globale de l'organisation, sa cible, son positionnement et son budget</p> <p>Le candidat présente une stratégie de cross-promotion réaliste et pertinent intégrant l'ensemble des médias sur lesquels communiquer en vue de la</p>

	budget alloué, afin de soutenir les objectifs préalablement définis		<p>promotion du site interne/de l'application mobile/web mobile.</p> <p>Le candidat détermine des objectifs chiffrés et mesurable d'acquisition et de transformation des cibles visées selon les canaux de communication retenus dans le cadre de la stratégie de brand content.</p>
	C6A.3 Produire un contenu différenciant et/ou innovant en intégrant les enjeux de rédaction, d'édition, d'animation éditoriale et de positionnement marché de manière à se positionner comme précurseur à l'échelle de l'organisation et de l'écosystème	<p>Mise en situation professionnelle</p> <p>Dans le cadre d'une mise en situation professionnelle réelle ou reconstituée, le candidat doit proposer une communication innovante et différenciante sur un sujet imposé, et décrire les techniques, connaissances et méthodologies mobilisées.</p>	<p>Le candidat propose une ligne éditoriale claire et différenciante. Cette ligne éditoriale est respectée dans le cadre de la production des différents contenus.</p> <p>Le contenu proposé par le candidat est différenciant en ce sens qu'il aborde le sujet en profondeur, en s'appuyant sur l'existant (sourcé) et en intégrant un point de vue novateur.</p> <p>Le candidat démontre sa maîtrise du cycle de vie du content marketing pour gagner en visibilité. Lorsque cela est possible, il explicite les tâches automatisables.</p> <p>Le candidat démontre sa capacité à mobiliser des connaissances théoriques (théories, actualité, méthodes de</p>

			travail...) et à les adapter pour répondre à un contexte spécifique et complexe.
--	--	--	--

<p>Activité 6B - Spécialisation DEV (bloc optionnel) : Garantie de la performance d'un projet de transformation et/ou d'innovation en matière de technique et/ou technologie</p> <p>A5B.1 Pilotage du déploiement d'un projet de développement technique d'un projet d'innovation et/ou de transformation</p>	<p>C6B.1 Piloter un projet de transformation et/ou d'innovation en :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sélectionnant et mobilisant les techniques, outils et méthodes adaptés au projet - Coordonnant les acteurs engagés (MOA, MOE) durant toute la durée du projet <p>de manière à assurer la réussite du projet</p>	<p>Mise en situation professionnelle</p> <p>Dans le cadre d'un projet de développement d'une solution, le candidat doit présenter :</p> <ul style="list-style-type: none"> - sa méthodologie de projet et les outils associés, - un calendrier de déploiement, - un plan de coordination des acteurs. 	<p>Il/elle démontre sa capacité à choisir une méthode et des outils de suivi de projet adapté à sa nature et aux objectifs stratégiques préalablement définis.</p> <p>Il/elle définit de façon exhaustive les livrables attendus (livrables fonctionnels, éditoriaux, graphiques, et d'intégration...)</p> <p>Il présente un calendrier de déploiement de projet réaliste au vu du projet.</p> <p>Le candidat présente un plan de coordination des acteurs complet comprenant : l'animation de réunion, les temps forts type campagnes de communication/sensibilisation... Le plan de coordination est réaliste.</p>
<p>A6B.2 Réalisation de l'architecture technique et garantie de l'efficience</p>	<p>C6B.2 Définir l'architecture technique adaptée au projet de transformation et/ou d'innovation en s'appuyant sur une analyse fonctionnelle et une étude de</p>	<p>Mise en situation professionnelle</p> <p>Dans le cadre d'un projet de développement d'une solution, le</p>	<p>Les nomenclatures utilisées doivent être impérativement univoques et homogènes.</p>

	<p>faisabilité selon le budget et les objectifs préalablement définis, de manière sélectionner la solution la plus efficiente</p>	<p>candidat doit réaliser le document de spécification pour définir l'architecture technique de la solution.</p>	<p>Le document de spécifications fonctionnelles doit être structuré, hiérarchisé, lisible et s'appuyer sur des représentations graphiques dans le respect des bonnes pratiques et des standards du secteur.</p> <p>Les enjeux d'évolutivité de la solution doivent être la clé des choix architecturaux et de l'expression de leur motivation dans le document.</p>
	<p>C6B.3 Emettre des préconisations quant à la résolution de problèmes techniques en :</p> <ul style="list-style-type: none"> - réalisant une analyse causale à l'aide d'entretiens et d'enquêtes terrain, - trouvant des solutions alternatives grâce à des ateliers d'idéation, <p>De manière à résoudre durablement le problème technique.</p>	<p>Mise en situation professionnelle</p> <p>Dans le cadre d'un projet de développement d'une solution, le candidat se voit attribuer un scénario d'un/plusieurs problèmes techniques. Il doit décrire une méthode d'analyse causale et proposer des scénarii de résolution.</p>	<p>Le candidat devra expliciter et valider au regard des connaissances et bonnes pratiques existantes : la méthode adéquate pour identifier la source des bogues, la manière de réaliser les pratiques de test et la validation des correctifs.</p> <p>Les préconisations en matière de corrections de bogues sont réalistes et pertinentes au regard du problème technique identifié.</p> <p>Le candidat utilise correctement le vocabulaire et les terminologies métiers</p>

<p>Activité 6C - Spécialisation Design (bloc optionnel) : Conception, définition, mise en forme d'un dispositif graphique adaptée à l'interface d'une solution digitale</p> <p>A6C.1 Définition de l'identité visuelle d'un projet d'innovation et/ou de transformation // d'une organisation</p>	<p>C6C.1 Créer les différents éléments constituant l'identité visuelle du projet en formalisant une charte graphique afin de permettre une déclinaison homogène et cohérente sur l'ensemble des supports de communication</p>	<p>Mise en situation professionnelle</p> <p>Dans le cadre d'une problématique rencontrée par une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit élaborer une charte graphique exhaustive.</p>	<p>L'identité visuelle reflète les valeurs et la culture du projet de création graphique.</p> <p>Le style est approprié à l'audience cible</p> <p>Le design graphique et typographique est en adéquation avec les intentions / les messages que l'on souhaite communiquer.</p> <p>Le rendu global est esthétique et cohérent.</p> <p>La charte graphique établit avec clarté les règles d'usage des différents éléments constituant l'identité visuelle du projet (couleurs, logo, typographie, icônes...).</p> <p>La charte graphique contient les règles d'adaptation et de déclinaison pour différents supports.</p>
<p>A6C.2 Réalisation du design d'interface</p>	<p>C6C.2 Réaliser un design d'interface en s'appuyant sur l'analyse du cahier des charges et du public cible, et en utilisant des outils de prototypage et de maquettage afin de proposer une expérience utilisateur optimale</p>	<p>Mise en situation professionnelle</p> <p>Dans le cadre d'une problématique rencontrée par une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit refondre ou moderniser un outil de</p>	<p>La navigation est intuitive.</p> <p>La hiérarchie de l'information est pertinente.</p> <p>Le rendu global est esthétique.</p>

		communication numérique (ex : un site web).	La logique d'utilisation et de représentation est homogène et cohérente.
A6C.3 Production de contenus graphiques artistiques	C6C.3 Produire des contenus graphiques et typographiques en utilisant des logiciels adaptés, tout en veillant au contrôle de la qualité artistique de la production afin de communiquer un message via des supports prints ou digitaux.	<p>Mise en situation professionnelle</p> <p>Dans le cadre d'une problématique rencontrée par une entreprise réelle ou fictive, le candidat doit réaliser un projet graphique de dimension circonscrite (ex : flyer, publicité, affiche, bannière...) en utilisant les logiciels adaptés.</p>	<p>Respect des règles de mise en page (équilibre, symétrie et asymétrie, masses, marges, blancs tournants et formats, etc...).</p> <p>Organisation rationnelle du texte et de l'image avec la présence de grille typographique et polices de caractères, structuration du contenu.</p> <p>Respect des principes de hiérarchie de l'information.</p> <p>Les documents finalisés sont en conformité avec les normes du digital et/ou du print (format informatique des fichiers, mode couleur, poids de fichiers).</p> <p>Les discordances sont identifiées et des actions correctrices adéquates sont proposées (ex : mise en cohérence d'un élément de communication avec l'identité graphique de la structure ...)</p>

<p>Activité 6D - Spécialisation UX (bloc optionnel) : définition et pilotage d'une démarche UX répondant aux objectifs d'usage d'un projet digital</p> <p>A6D.1 Conception de l'expérience utilisateur d'un projet d'innovation/de transformation</p>	<p>C6D.1 Concevoir les premières fonctionnalités d'un produit ou service et leur structuration en :</p> <ul style="list-style-type: none"> - étant à l'écoute des attentes et des besoins des utilisateurs, - capitalisant sur une compréhension des enjeux des méthodes de conception d'expérience utilisateur 	<p>Mise en situation professionnelle</p> <p>Dans le cadre du déploiement d'un projet d'innovation et/ou de transformation, le candidat doit présenter une sélection de fonctionnalité répondant aux besoins utilisateurs et expliciter son choix.</p>	<p>Le candidat tient compte de la vision stratégique (et des objectifs en découlant) lors du choix des fonctionnalités du projet d'innovation et/ou de transformation</p> <p>Le candidat démontre la prise en compte des critères d'utilisabilité strictes et de critères opérant dans un contexte de service.</p> <p>Le candidat démontre sa capacité à comprendre les enjeux de l'expérience utilisateur et de l'utilité d'être à l'écoute des besoins utilisateurs en adoptant une démarche centrée sur l'utilisateur.</p>
<p>A6D.2 Elaboration de prototype d'après la sélection des scénarii d'usage</p>	<p>C6D.2 Créer et prioriser des scénarios d'usage en utilisant différents outils d'itération, dans le cadre d'atelier mobilisant des équipes pluridisciplinaires, de manière à tracer les différents parcours utilisateurs</p>	<p>Mise en situation professionnelle</p> <p>Dans le cadre du déploiement d'un projet d'innovation et/ou de transformation, le candidat doit déterminer un scénario d'usage principal pour l'élaboration d'un prototype fonctionnel.</p>	<p>La hiérarchisation des différents scénarii prend en compte leur adéquation avec la stratégie, les besoins et retours utilisateurs.</p> <p>Les scénarii décrivent précisément l'expérience utilisateur crédible et compréhensible ; et il intègre les trois composantes clés de l'expérience : l'utilisateur, le contexte et le produit / service / système.</p>

	<p>C6D.3 Matérialiser des concepts par le biais de prototypes en s'inscrivant dans une démarche itérative consciente afin d'intégrer les retours utilisateurs en continu</p>	<p>Mise en situation professionnelle</p> <p>Dans le cadre du déploiement d'un projet d'innovation et/ou de transformation, le candidat doit produire un prototype fonctionnel.</p>	<p>Le candidat démontre sa connaissance des facteurs déterminants l'esthétisme d'une solution au travers de son prototype (les facteurs de l'harmonie ; les facteurs fonctionnels ; les facteurs historiques et technologiques ; les facteurs culturels ; les facteurs sociaux...)</p> <p>Le candidat démontre la pertinence et l'intérêt des différents choix effectués au niveau des techniques, des matériaux, des couleurs... de son prototype.</p> <p>Pertinence du prototype au regard du brief, de la démarche mise en œuvre et des éléments à tester pour sa validation.</p> <p>Les choix esthétiques sont créatifs et intègre les contraintes et enjeux UX.</p>
--	--	---	--