

Directeur artistique en communication visuelle et multimédia, Niveau 7

132g : Arts appliqués à la communication et à l'audiovisuel

320v : Spécialités plurivalentes de la communication : production à caractère artistique

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
BLOC 1 : STRATÉGIE DE DIRECTION ARTISTIQUE EN COMMUNICATION VISUELLE ET MULTIMEDIA			
A1 : Expertise de la demande et/ou du cahier des charges en communication visuelle et multimédia du commanditaire, de sa stratégie de communication générale au regard des objectifs exprimés et en interaction avec des consultants	A1-C1 : Analyser les enjeux stratégiques du commanditaire, son positionnement, le territoire d'expression et l'univers graphique du commanditaire, ainsi que sa concurrence directe et indirecte, et toutes informations nécessaires aux divers diagnostics.	Mise en situation professionnelle Constitution d'une expertise stratégique et d'une recommandation Le.la candidat.e réalise l'intégralité des analyses et produit les livrables professionnels attendus relatifs aux : <ul style="list-style-type: none"> - Besoins - Territoire d'expression du client - Benchmark - Recommandation stratégique présentant le cadre d'intervention et ses contraintes à l'appui de : <ul style="list-style-type: none"> - Planning - Estimation budgétaire 	<ul style="list-style-type: none"> • Les besoins et les contraintes du commanditaire sont clairement identifiés et retranscrits. • Le territoire d'expression du commanditaire est caractérisé dans toutes ses dimensions : <ul style="list-style-type: none"> - créative - intelligible - sensible
	A1-C2 : Collecter, hiérarchiser, exploiter les diverses sources d'informations nécessaires aux analyses et aux expertises		
		<u>2 Évaluations</u>	

Directeur artistique en communication visuelle et multimédia, Niveau 7

132g : Arts appliqués à la communication et à l'audiovisuel

320v : Spécialités plurivalentes de la communication : production à caractère artistique

		<p>1-Projet professionnel réel sur plusieurs semaines selon projet : De la première rencontre avec le commanditaire au déploiement sur les supports réels et à la livraison du projet retenu par le client.</p> <p>Phase 1 : A l'appui d'une <i>Présentation numérique synthétique</i>, le.la candidat.e présente sa <i>Recommandation stratégique au commanditaire</i> incluant le cadre d'intervention et ses contraintes.</p> <p>Évaluation continue du projet par l'équipe interne fait de professionnels en activité certifiée que l'intégralité des compétences sont avérées.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les mentions de copyright sont correctement signifiées.
<p>A 2 : Conception d'une stratégie de communication visuelle et/ou multimédia en produisant une recommandation afin d'engager la création</p>	<p>A2-C 1 : Concevoir le positionnement stratégique de la marque afin d'atteindre les objectifs visés</p>		<ul style="list-style-type: none"> • En cohérence avec la demande et les résultats des analyses réalisées, le territoire d'expression du candidat est : <ul style="list-style-type: none"> - Structuré - innovant - original et singulier
	<p>A2-C 2 : Définir et identifier les moyens et expertises pour préciser, contextualiser et valoriser la demande et définir le cadre d'intervention et estimation de la faisabilité : contraintes (délais, coûts, éléments techniques...)</p>	<p>2-Projet personnel individuel de fin de cursus sur 6/8 semaines : De l'expertise d'une problématique à la réalisation de l'ensemble des composantes de la production de projet en communication graphique et multimédia.</p> <p>Phase 1 : <i>Recommandation stratégique</i> sous forme d'une note d'intention écrite en français et en anglais développant la stratégie de communication et les <i>Propositions créatives</i>.</p> <p>La proposition stratégique présente le cadre d'intervention et ses contraintes à l'appui de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Plan de charges prévisionnel/planning</i> - <i>Éstimation budgétaire</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • La proposition stratégique présente une faisabilité et définit un cadre d'intervention réaliste : <ul style="list-style-type: none"> - éléments techniques, expertises - rétro-planning - évaluation budgétaire/un chiffrage est estimé
	<p>A2-C 3 : Rédiger la recommandation stratégique qui présente : la problématique, le partis-pris et les axes de création proposés, le chiffrage du projet et l'expression de la faisabilité du projet</p>		<ul style="list-style-type: none"> • En cohérence avec la demande et les résultats des analyses réalisées, la proposition stratégique correctement formulée en français et en anglais, présente : <ul style="list-style-type: none"> - la problématique - le partis-pris - les axes de création • La personnalité créative est engagée.
	<p>A2-C4 : Présenter, défendre la proposition au commanditaire et faire valider la proposition</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Audition : <ul style="list-style-type: none"> - La présentation est structurée et gérée - L'argumentaire est construit et convaincant - Le candidat sait écouter et réagir à bon escient • La langue anglaise est maîtrisée et permet un échange. • La proposition est validée.

Directeur artistique en communication visuelle et multimédia, Niveau 7

132g : Arts appliqués à la communication et à l'audiovisuel

320v : Spécialités plurivalentes de la communication : production à caractère artistique

		<p>Évaluation par un jury de professionnels externes dans le cadre de l'audition finale du <i>Projet personnel individuel de fin de cursus</i> ; Et Évaluation continue du projet par l'équipe interne fait de professionnels en activité certifie que l'intégralité des compétences sont avérées.</p>	
<p>A 3 : Conception d'une veille technique, réglementaire et créative</p>	<p>A3-C 1 : Mettre en œuvre un dispositif (canaux d'informations et outils de recherches) de veille créative, technique et réglementaire pour intégrer les évolutions ou innovations dans sa démarche stratégique et créative</p>	<p><u>Travail de recherche, d'analyse et réflexion</u> Rédaction d'un Mémoire dans le cadre du <i>Projet personnel individuel de fin de cursus</i> Le.la candidat.e mis en posture d'expert choisit une problématique sociétale et/ou environnementale dont il.elle aura défini les termes et consigné de façon structurée l'ensemble de ses recherches et réflexions dans un Mémoire qu'il.elle présente dans le cadre d'une soutenance orale de <i>Projet personnel individuel de fin de cursus</i>. Évaluation par un jury de professionnels externes dans le cadre de l'audition finale du <i>Projet personnel individuel de fin de cursus</i> ; Et Évaluation continue par l'équipe interne fait de professionnels en activité certifie que l'intégralité des compétences sont avérées.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La consultation et l'exploitation les données (recherches documentaires, interview...) pour faire des propositions créatives et innovantes est : <ul style="list-style-type: none"> - légitime - hiérarchisée - critique
	<p>A3-C2 : Entretenir son bon niveau d'informations pour être créatif, compétitif, innovant : lecture presse spécialisée...</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Les données collectées sont réinvesties dans le développement des projets • La consultation de professionnels du secteur (entretiens, questionnaires...) permet de faire émerger des solutions innovantes

Directeur artistique en communication visuelle et multimédia, Niveau 7

132g : Arts appliqués à la communication et à l'audiovisuel

320v : Spécialités plurivalentes de la communication : production à caractère artistique

BLOC 2 : Pilotage et réalisation d'un projet en communication visuelle et multimédia			
<p>A 1 : Conception de propositions créatives et innovantes, en cohérence avec la recommandation stratégique faite au commanditaire</p>	<p>A1-C 1 : Déterminer et engager un parti pris de conception et de création innovant pour chaque proposition</p>	<p><u>Mise en situation professionnelle</u> Expression de la conception et de la faisabilité du projet Le.la candidat.e exprime sur tous les supports légitimes de la phase de conception, ses concepts et justifie à l'oral l'ensemble de ses choix à l'appui de : - ses <i>Recherches conceptuelles</i> : graphiques et/ou volumétriques : esquisses, maquettes, prototype, story-board, etc... En vue de vérifier la faisabilité du projet, le.la candidat.e présente :</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La réflexion technique et créative avec l'équipe artistique, et tous les collaborateurs nécessaires afin d'apporter des propositions est traduite et exprimée : <ul style="list-style-type: none"> - Les propositions sont conformes à la recommandation stratégique - Les propositions sont originales et innovantes - Les propositions sont réalistes - Les réponses face aux difficultés rencontrées sont efficaces
	<p>A1-C 2 : Exprimer et développer les axes créatifs au préalable déterminés dans la recommandation stratégique</p>	<p>- un <i>Plan de charges prévisionnel/planning</i> - une <i>Évaluation budgétaire</i></p> <p>Audition Le.la candidat.e est auditionné.e en vue de la validation d'une proposition. Il.elle s'exprime sur ses choix, ses difficultés, ses réponses et ajustements face aux problématiques diverses rencontrées.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Un parti pris de conception et de création est engagé pour chaque proposition : <ul style="list-style-type: none"> - Il est innovant pour chaque proposition (ce ne sont pas des déclinaisons) - Les réponses face aux difficultés rencontrées sont efficaces
	<p>A1-C3 : Réaliser ou faire réaliser les partis pris créatifs, les recherches graphiques et/ou volumétriques : esquisses, maquettes, prototype, story-board, etc...</p>	<p><u>2 Évaluations</u> 1-Projet professionnel réel sur plusieurs semaines selon projet : De la première rencontre avec le commanditaire au déploiement sur les</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Chaque proposition engagée est développée sur les supports adaptés et structurés : <ul style="list-style-type: none"> - Les langages et les codes professionnels sont légitimes - Les réponses face aux difficultés rencontrées et aux ajustements sont efficaces

Directeur artistique en communication visuelle et multimédia, Niveau 7

132g : Arts appliqués à la communication et à l'audiovisuel

320v : Spécialités plurivalentes de la communication : production à caractère artistique

<p>A 2 : Présentation et valorisation des propositions face au commanditaire et faire valider une proposition</p>	<p>A2-C1 : Définir les supports visuels, graphiques et/ou en volume des meilleures propositions sélectionnées parmi les solutions développées, pour optimiser la bonne compréhension du projet auprès du commanditaire</p>	<p>supports réels et à la livraison du projet retenu par le client. Phase 2 : A l'appui d'une Présentation numérique synthétique, le candidat présente devant le client ses <i>recherches, son concept, les applications et les divers principes</i> (typographiques, signalétiques...) en vue des déclinaisons sur les supports et tout élément indispensable à la validation par le client de sa proposition.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La présentation des propositions est structurée : <ul style="list-style-type: none"> - Les critères de sélection sont identifiés et exprimés - La personnalité créative est engagée - Les supports sont légitimes - Les supports sont cohérents, organisés et porteurs du projet - Les réponses face aux difficultés rencontrées sont efficaces
	<p>A2-C2 : Valoriser les propositions par un argumentaire pertinent et spécifique pour chacune d'elles et assister le commanditaire dans sa prise de décision pour valider la proposition retenue</p>	<p>Évaluation continue du projet par l'équipe interne fait de professionnels en activité certifiée que l'intégralité des compétences sont avérées.</p> <p>2-Projet personnel individuel de fin de cursus sur 6/8 semaines : De l'expertise d'une problématique à la réalisation de l'ensemble des composantes de la production de projet en communication graphique et multimédia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • L'argumentaire pour chaque proposition est : <ul style="list-style-type: none"> - explicite - construit - convaincant • Audition : <ul style="list-style-type: none"> - La présentation orale est structurée et gérée - Le candidat sait écouter et réagir à bon escient
	<p>A2-C3 : Négocier les modalités de réalisation du projet retenu auprès du commanditaire en intégrant l'ensemble des contraintes organisationnelles et budgétaires</p>	<p>Phase 2 : Recherches conceptuelles : graphiques et/ou volumétriques : esquisses, maquettes, prototype, story-board, etc...et de la présentation d'un <i>Plan de charges prévisionnel/planning</i> et d'une <i>Évaluation budgétaire</i>.</p> <p>Évaluation par un jury de professionnels externes dans le cadre de l'audition finale du <i>Projet personnel individuel de fin de cursus</i> ; <i>Et</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • La proposition est validée. • Pour chaque proposition une faisabilité et un cadre d'intervention réaliste sont exprimés.

Directeur artistique en communication visuelle et multimédia, Niveau 7

132g : Arts appliqués à la communication et à l'audiovisuel

320v : Spécialités plurivalentes de la communication : production à caractère artistique

		<p>Évaluation continue du projet par l'équipe interne fait de professionnels en activité certifie que l'intégralité des compétences sont avérées.</p> <p>Mise en situation réelle en entreprise : Stage Le.la candidat.e effectue un stage de 8 semaines sous la responsabilité d'un mentor en entreprise qui évalue l'ensemble des compétences attestées. Évaluation externe par le maître de stage</p>	
<p>A3 : Développement et mise au point de la proposition retenue et de ses adaptations aux différents supports</p>	<p>A3-C 1 : Recadrer, déployer et décliner le concept retenu sur tous supports, médias print et digitaux et ajuster les moyens à mettre en œuvre en fonction des évolutions de la demande le cas échéant</p>	<p>Mise en situation réelle en entreprise : Stage Le.la candidat.e effectue un stage de 8 semaines sous la responsabilité d'un mentor en entreprise qui évalue l'ensemble des compétences attestées. Évaluation externe par le maître de stage</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Le déploiement et la déclinaison du concept retenu sur les supports, médias print et digitaux sont : <ul style="list-style-type: none"> - conformes à la proposition validée - légitimes - cohérents - structurés • Les réponses face aux difficultés rencontrées et aux ajustements nécessaires sont structurées et efficaces
	<p>A3-C 2 : Faire respecter les contraintes du cahier des charges, les normes qualité définies et la législation tant au niveau des supports utilisés et des techniques employées, que du contenu des messages diffusés</p>	<p>Mise en situation professionnelle Production et déploiement des outils du territoire d'expression du projet. Le.la candidat.e réalise l'ensemble des composantes de la production du</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les contraintes inhérentes aux projets sont identifiées : budget, délai, environnement, réglementation...

Directeur artistique en communication visuelle et multimédia, Niveau 7

132g : Arts appliqués à la communication et à l'audiovisuel

320v : Spécialités plurivalentes de la communication : production à caractère artistique

<p>A 4 : Suivi, contrôle et validation de la mise en œuvre et de l'avancement du projet jusqu'à la livraison de la production</p>	<p>A4-C1 : Assurer le suivi de la production, son contrôle et sa validation à toutes les étapes du suivi de la production, ainsi que la mise en œuvre des décisions et de leur évolution, auprès des fournisseurs et fabricants (qualité, coût, délai...) jusqu'au parfait achèvement du projet dans son intégralité : déploiement et livraison</p>	<p>projet jusqu'à la livraison du projet à l'appui de tous les livrables légitimes.</p> <p>Audition Le.la candidat.e est auditionné.e dans le cadre de la finalisation et livraison de ses projets. Il.elle s'exprime sur ses choix, ses difficultés, ses réponses et ajustements face aux problématiques diverses rencontrées.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les supports produits et présentés sont : <ul style="list-style-type: none"> - légitimes - cohérents - techniquement qualitatifs • Les réponses face aux difficultés rencontrées et aux ajustements nécessaires sont structurées et efficaces.
	<p>A4-C2 : Garantir une cohérence d'ensemble du projet de communication visuelle ou multimédia en contrôlant à chaque étape les choix artistiques initiaux (qualité du regard et du jugement créatif)</p>	<p>4 Évaluations 1-Projet professionnel réel sur plusieurs semaines selon projet : De la première rencontre avec le commanditaire au déploiement sur les supports réels et à la livraison du projet retenu par le client. Phase 3 : Déclinaison et déploiement sur les supports réels du territoire d'expression. Évaluation continue du projet par l'équipe interne fait de professionnels en activité certifie que l'intégralité des compétences sont avérées.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les supports produits et présentés traduisent et respectent le parti pris artistique engagé. • La cohérence artistique d'ensemble est garantie.
	<p>A4-C3 : S'assurer de la livraison et du déploiement dans le cadre réglementaire et contractuel</p>	<p>2-Projet personnel individuel de fin de cursus sur 6/8 semaines : De l'expertise d'une problématique à la réalisation de l'ensemble des composantes de la production de projet en communication graphique et multimédia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Le cadre réglementaire et contractuel est identifié et exprimé. • La livraison est validée.

Directeur artistique en communication visuelle et multimédia, Niveau 7

132g : Arts appliqués à la communication et à l'audiovisuel

320v : Spécialités plurivalentes de la communication : production à caractère artistique

		<p>Phase 3 : Déclinaison et déploiement sur les supports réels du territoire d'expression. Présentation de tous les supports, médias print et digitaux Évaluation par un jury de professionnels externes dans le cadre de l'audition finale du Projet personnel individuel de fin de cursus ; <i>Et</i> Évaluation continue du projet par l'équipe interne fait de professionnels en activité certifie que l'intégralité des compétences sont avérées.</p> <p>3-Book mené sur 8 mois Le.la candidat .e réalise : - la production d'un book de travaux personnels et professionnels print et mis en ligne représentatifs des compétences créatives, techniques, de la personnalité et de la singularité du.de la candidat.e. - le site professionnel du.de la candidat.e. avec la mise en ligne opérationnelle du book. Évaluation par un jury de professionnels externes <i>ET</i> Évaluation continue du projet par l'équipe interne fait de professionnels en activité certifie que l'intégralité des compétences sont avérées.</p> <p>4- Cas pratiques menés sur l'année de certification</p>	
--	--	---	--

Directeur artistique en communication visuelle et multimédia, Niveau 7

132g : Arts appliqués à la communication et à l'audiovisuel

320v : Spécialités plurivalentes de la communication : production à caractère artistique

		<p>Le.la candidat.e réalise l'ensemble des composantes de la production des cas pratiques à l'appui de tous les livrables légitimes.</p> <p>Évaluation continue des cas pratiques par l'équipe interne fait de professionnels en activité certifie que l'intégralité des compétences sont avérées.</p>	
BLOC 3 : DIRECTION D'ÉQUIPE DE PROJET ET D'ACTIVITÉ ENTREPRENEURIALE EN COMMUNICATION VISUELLE ET MULTIMÉDIA			
<p>A 1 : Management d'équipe : de l'identification des moyens et ressources humaines et techniques nécessaires au projet à la cohésion, mobilisation et performance de tous les intervenants</p>	<p>A1-C1 : Définir les moyens et ressources humaines et techniques nécessaires, constituer les équipes contrôler leurs statuts et qualifications</p>	<p>Travail d'analyse et de réflexion : Rapport de stage</p> <p>Le.la candidate rédige un rapport de stage présentant les différentes missions qu'il aura eu à gérer, de la prise de connaissance du brief à la livraison finale de la solution développée.</p> <p>Il explicite notamment son rôle dans le pilotage de la réalisation du projet de communication visuelle et multimedia :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Méthodologie d'intervention, - Constitution des équipes projet, - Critères de suivi et de contrôle mis en œuvre - Difficultés rencontrées, - Moyens déployés pour surmonter les problèmes rencontrés ; - Résultats obtenus. <p>Il conclut sa réflexion sur une analyse critique a posteriori de sa conduite du projet/auto-évaluation.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les moyens, expertises, ressources humaines sont identifiées. • Les équipes de projet sont constituées ; les manques de compétences à externaliser repérés. • Les tâches assignées au membre de l'équipe correspondent à ses qualifications, à ses compétences et à son expérience. • Les briefs et analyses d'appels d'offres sont connus. • Les formalités administratives de vérification des statuts sont connues.
	<p>A1-C2 : Structurer, coordonner les étapes de réalisation du projet, les rencontres avec tous les interlocuteurs à toutes les étapes de la validation et faciliter la communication de tous les intervenants à toutes les étapes en faisant évoluer le projet si nécessaire selon les problématiques rencontrées</p>		

Directeur artistique en communication visuelle et multimédia, Niveau 7

132g : Arts appliqués à la communication et à l'audiovisuel

320v : Spécialités plurivalentes de la communication : production à caractère artistique

		Évaluation externe par le maître de stage	<p>(ponctualité, confidentialité, savoir être, ...) sont effectives.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les règles et usages des entreprises sont respectées. • Le savoir-être professionnel est acquis.
	A1-C3 : S'assurer de la transmission des informations et consignes : des briefs, comptes-rendus, instructions et documents à tous les intervenants et aux divers concepteurs d'images : photographes, infographistes 2D, 3D, illustrateurs....		<ul style="list-style-type: none"> • Les documents sont transmis aux bons collaborateurs aux bons formats dans les respects du planning et des délais afin de permettre le déroulement du projet • Les technologies de l'interopérabilité des données et outils de gestion de contenus sont utilisées. • Les métadonnées permettant la sauvegarde des données sont exploitées.
	A1-C4 : Accompagner les intervenants dans la résolution des problématiques techniques et/ou humaines rencontrées et prendre les décisions stratégiques en cas de dysfonctionnements humains et techniques visant la production		<ul style="list-style-type: none"> • Les problématiques sont identifiées. • Les réponses face aux aléas, difficultés rencontrées et aux ajustements sont structurées et efficaces.
A2 : Gestion financière, juridique et administrative	A2-C1 : Apprécier/Négocier—coût, délais, qualité... avec la sous-traitance éventuelle : développer, graphiste freelance, roughman, illustrateur, typographe, photographe, et produire tous les contrats de droits d'auteur ou de cession de droits le cas échéant	Études de cas pratiques : N°1 : A partir d'un appel d'offre remis au.à la candidat.e : - Établir l'identification des besoins et de la sous-traitance éventuelle - Présenter les contrats - Proposer une évaluation budgétaire - Établir d'un planning prévisionnel	<ul style="list-style-type: none"> • Une évaluation des coûts, délais, compétences est proposée. • Le plan de charges prévisionnel est respecté. • Les briefs et analyses d'appels d'offres sont connus.

Directeur artistique en communication visuelle et multimédia, Niveau 7

132g : Arts appliqués à la communication et à l'audiovisuel

320v : Spécialités plurivalentes de la communication : production à caractère artistique

		<p>N°2 /A partir des données remises au.à la candidat.e :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Construire un prévisionnel de trésorerie - Établir un devis - Établir des factures 	<ul style="list-style-type: none"> • Les formalités administratives de vérification des statuts sont connues. • la protection des droits (les contrats de droit d'auteur ou de lettres de cession des droits d'auteurs) et des données est connue.
	<p>A2-C2 : Assurer le suivi des coûts de la production auprès des fournisseurs et fabricants et tous les aspects budgétaires et financiers du projet</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Analyser un prévisionnel de trésorerie <p>Évaluation continue par l'équipe interne fait de professionnels en activité certifiée que l'intégralité des compétences sont avérées.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Devis et documents de suivi financier sont connus
	<p>A2-C3 : Facturer et s'assurer du paiement et honorer les obligations légales</p>	<p>Mise en situation professionnelle : Dossier de démarrage d'activité Le.la candidate doit démarrer son activité ; il doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> -identifier et choisir le statut qui correspond à son profil ; - protéger ses projets (enveloppe soleau, contrat, clause, droits de cession...) - connaître les obligations comptables, fiscales et sociales - proposer une organisation administrative <p>Évaluation continue par l'équipe interne fait de professionnels en activité certifiée que l'intégralité des compétences sont avérées.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les obligations comptables et légales sont connues.

Directeur artistique en communication visuelle et multimédia, Niveau 7

132g : Arts appliqués à la communication et à l'audiovisuel

320v : Spécialités plurivalentes de la communication : production à caractère artistique

<p>A 3 : Promotion, valorisation et pérennisation de l'activité entrepreneuriale</p>	<p>A3-C1 : Définir des orientations stratégiques de l'entreprise et définir de nouveaux axes pouvant contribuer au développement de l'activité</p>	<p>Mise en situation professionnelle : Grand oral professionnel de 15 mns à l'appui du <i>Book</i> Le candidat.e s'exprime sur ses réalisations, ses expériences, ses expertises, ses ambitions et son projet professionnel immédiat à l'appui de : - la production d'un <i>book de travaux personnels et professionnels</i> print et mis en ligne représentatifs des compétences créatives, techniques, de la personnalité et de la singularité du candidat.e.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • L'environnement professionnel, la concurrence, les enjeux et la prospective en communication visuelle et multimedia sont connus ; Ils permettent la définition d'axes de développement professionnelle de l'activité. • Les données collectées dans la veille technique, réglementaire et créative sont réinvesties dans le développement du book.
	<p>A3-C2 : Concevoir une stratégie de communication/marketing, sa visibilité, sa présence sur les réseaux et mettre en valeur et protéger ses créations</p>	<p>- la réalisation d'un <i>site professionnel</i> du candidat.e. avec la mise en ligne opérationnelle du book. Évaluation par un jury externe</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les données collectées dans la veille technique, réglementaire et créative sont réinvesties et permettent de faire des propositions originales et singulières. • Le candidat sait exprimer et défendre l'originalité de sa personnalité graphique. • Le candidat sait exprimer et défendre son potentiel professionnel. • Le candidat sait gérer l'échange, écouter et réagir à bon escient. • Les réponses face aux aléas et difficultés rencontrées sont structurées et efficaces • Les projets sont protégés.
	<p>A3-C3 : Entretenir la relation professionnelle et clientèle ; Participer aux événements professionnels et mettre en œuvre un dispositif d'optimisation de ses démarches de prospection et de suivi commercial ou autre</p>	<p>Mise en situation professionnelle : Reporting et présentation de suivi de prospection et de recherche de stage. Le candidat.e présentera les preuves de ses démarches et de la compréhension de l'environnement professionnel à l'appui :</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Le candidat sait consulter et exploiter les données pour cibler des prospects selon des critères précis. • Les données collectées dans la veille technique, réglementaire et créative et la consultation de professionnels du secteur (entretiens, questionnaires...)

Directeur artistique en communication visuelle et multimédia, Niveau 7

132g : Arts appliqués à la communication et à l'audiovisuel

320v : Spécialités plurivalentes de la communication : production à caractère artistique

		<p>- tableau de pilotage des démarches de prospections</p> <p>Évaluation continue par l'équipe interne fait de professionnels en activité certifie que l'intégralité des compétences sont avérées.</p>	<p>sont réinvesties et permettent au candidat d'avoir des perspectives et des ouvertures professionnelles.</p> <ul style="list-style-type: none">• Un tableau de pilotage des démarches de prospection est tenu. Il est opérationnel.
	<p>A3-C4 : Entretenir son bon niveau de formation et éventuellement celui de ses équipes pour être présent, visible, compétitif, innovant</p>	<p><u>Oral de soutenance du rapport de stage :</u></p> <p>Le rapport de stage est soutenu lors d'une présentation orale de 30 minutes devant un jury constitué composé du directeur, du responsable pédagogique et du responsable des stages.</p> <p>Le.la candidat.e présentera notamment un bilan structuré de ses expériences, ses points forts, ses points faibles, ses perspectives et les moyens de les mettre en œuvre.</p> <p>Évaluation par l'équipe interne fait de professionnels en activité certifie que l'intégralité des compétences sont avérées.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Une auto-évaluation sous forme de bilan est effectuée. Le candidat connaît ses forces et ses faiblesses et sait comment s'améliorer.• Le candidat connaît les ressources (sites professionnels, administratifs, de formation...) pour évoluer dans son environnement.• Le candidat sait gérer l'échange, écouter et réagir à bon escient.• Les réponses face aux aléas et difficultés rencontrées sont structurées et efficaces