

ELEMENTS COMPLÉMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

REFERENTIEL DE COMPETENCES ET DE CERTIFICATIONS METIER

Directeur de Création en Design Graphique – Niveau 7

RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES MÉTIER <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Bloc de compétence 1. Recueillir et exploiter les données d'une veille créative dans le cadre d'un projet de design graphique			
Activité 1. Recueil et exploitation des données d'une veille créative dans le cadre d'un projet de design graphique			
A1.1 Analyse de la demande d'un client	A1.1.C1. Synthétiser la demande du client, ses objectifs et ses moyens afin de rédiger une note de cadrage. A1.1.C2. Analyser les caractéristiques du client pour identifier ses spécificités (histoire, pratique, notoriété, etc.), pour le situer dans son secteur d'activité et le positionner face à ses concurrents au moyen d'une étude qualitative et quantitative.	A1.E1. Étude de cas (individuelle ou en groupe) Un dossier client. Commande Production et présentation d'un dossier client, relative à sa demande (A1.1). Rendus attendus Le candidat doit produire et présenter : <ul style="list-style-type: none"> • Une synthèse de la demande du client • Une mise en contexte préalable • Une note de cadrage 	E1Cr1. Le dossier client contient les informations nécessaires aux décisionnaires du studio de design graphique pour : <ul style="list-style-type: none"> • Comprendre la demande du client • Prendre des décisions • Décider de la temporalité de la réalisation du projet par rapport aux délais du client • Décider des moyens et équipe à allouer aux préparatifs du projet
A1.2 Sélection des sources culturelles, techniques et juridiques	A1.2.C1. Identifier l'ensemble des sources culturelles (histoire du graphisme, experts et praticien du design et du design graphique) et techniques relatives à un projet de design graphique, afin de constituer une veille créative		

ELEMENTS COMPLÉMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A1.3 Traitement et analyse des informations recueillies à travers les sources culturelles, techniques et juridiques</p>	<p>adaptée au projet, incluant en particulier les dernières tendances en matière d'accessibilité et de prise en compte du handicap, et d'obtenir ainsi une vue synthétique du contexte dans lequel s'inscrit le projet.</p> <p>A1.2.C2. Identifier et rassembler les sources législatives relatives à un projet de design graphique, afin d'obtenir un cadrage réglementaire du projet.</p> <p>A1.2.C3. Intégrer, dans la veille stratégique menée, les méthodologies, outils et techniques permettant de gérer, l'ensemble des données rassemblées et de les structurer de façon à les rendre exploitables.</p> <p>A1.2.C4. Consulter les sources culturelles, législatives et techniques pour sélectionner celles qui concernent le projet de design graphique.</p> <p>A1.3.C1. Traiter et hiérarchiser les sources sélectionnées, à travers la méthodologie et les outils choisis, afin de permettre une analyse complète, fine et efficace.</p> <p>A1.3.C2. Analyser, à travers la grille réalisée en C4, les sources pour les utiliser dans le projet de design graphique.</p> <p>A1.3.C3. Contextualiser les données de l'entreprise avec les sources culturelles, législatives et techniques pour situer le projet du client et le positionner par rapport aux évolutions et tendances du design graphique, tant national qu'international.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Une première réflexion sur les pistes envisageables (C2) <p>A1.E2. Étude de cas (individuelle ou en groupe) Une recherche documentaire ouverte correspondant à un projet professionnel défini et cadré.</p> <p>Commande Production d'un ou de supports de recherche en design graphique sur un sujet libre : blog, revue de presse, compte-rendu, planches tendances, sélections de référence, etc. (A1.2). Réalisation d'une synthèse des informations collectées (A1.3). Une attention particulière est portée par le candidat à la collecte de sources relatives à l'accessibilité et à la prise en compte des handicaps dans les projets de design graphique.</p> <p>Rendus attendus Le candidat doit rendre les contenus suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Liste des sources consultées • Liste des items sélectionnés • Cartographie des sources sélectionnées • Synthèse documentaire • Préconisations <p>A1.E3. Atelier de mise en contexte (individuel) Un dossier client et une recherche documentaire ciblée sur une thématique imposée.</p>	<p>E2.Cr1. Le support de recherche présente des sources de qualité, diversifiées et pertinentes en regard du projet choisi (revues, sites web, conférences, ouvrages, articles, sources juridiques, etc. en français et/ou en anglais).</p> <p>E2.Cr2. La structuration du support permet d'identifier clairement :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les tendances du marché national et international • L'émergence de nouveaux courants artistiques • Les engagements sociaux et éthiques, notamment en matière d'accessibilité et de prise en compte des différents types de handicaps • Les agences concurrentes • Les aspects légaux • Le positionnement du client par rapport à son environnement. <p>E2.Cr3. Le candidat a utilisé une méthodologie de gestion de la documentation et propose une veille structurée et classée permettant d'en faciliter l'utilisation :</p>
---	--	--	--

ELEMENTS COMPLÉMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

		<p>Commande Réalisation d'un dossier client et d'une recherche documentaire dans un temps limité sur un sujet imposé (A1.1, A1.2 et A1.3).</p> <p>Rendus attendus Le candidat doit faire une présentation orale, évalué par un jury, du dossier client et de la somme documentaire réalisée avec un support de présentation.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Il est capable de trier et d'articuler ses sources, afin de définir une orientation et un positionnement de projet clairs• La qualité de la veille réalisée lui permet d'identifier les signaux forts et les signaux faibles fertiles. <p>E3.Cr1. Le candidat, à travers le support réalisé :</p> <ul style="list-style-type: none">• Maîtrise les techniques de recherche (identification de sources d'autorité et variées)• Sélectionne les références adaptées à la demande et au secteur d'activité concerné• Synthétise et structure les données recueillies. <p>E3.Cr2. Le candidat, à travers sa présentation orale :</p> <ul style="list-style-type: none">• Contextualise le sujet en regard des données recueillies et analysées• Réalise une présentation concise et complète• Respecte le temps imparti.
--	--	--	---

ELEMENTS COMPLÉMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

Bloc de compétence 2. Concevoir et déployer une stratégie de communication en design graphique

Activité 2. Conception et déploiement d'une stratégie de communication en design graphique

A2.1. Élaboration d'une stratégie de communication en design graphique

A2.1.C1. Rédiger des propositions de stratégie de communication synthétiques, afin de correspondre aux attentes du client.

A2.1.C2. Déterminer les problématiques techniques, sociétales (dont l'accessibilité et le handicap) et éthiques inhérentes au projet, afin d'évaluer les conséquences sur l'écosystème du client et pouvoir l'en informer.

A2.1.C3. Échanger avec le client, afin de valider les axes d'orientation de la stratégie de communication et de faire des propositions au client au-delà de ses attendus.

A2.1.C4. Définir les supports nécessaires à la diffusion du projet de design graphique, afin de répondre à la stratégie de communication validée.

A2.1.C5. Concevoir la campagne de communication du projet en appliquant les différentes phases : demande – besoin – public – produit – publicité – communication, afin de planifier les différentes étapes du projet.

A2.1.C6. Réaliser le cahier des charges du projet en évaluant les coûts et les ressources nécessaires, afin

A2.E1. Étude de cas (individuelle ou en groupe)

Une stratégie de communication réalisée à partir d'une commande ouverte.

Une proposition graphique et sa déclinaison sur les supports sélectionnés

Commande

Conception d'une stratégie de communication définissant les objectifs à atteindre et tenant compte des contraintes du client (A2.1 et A2.2). Réalisation du système graphique de la stratégie de communication définie.

Rendus attendus

Le candidat doit rendre un document présentant la stratégie de communication et contenant les items suivants (A2.1.C1 à C6) :

- Note synthétique
- Rappel du contexte et des problématiques spécifiques, notamment en matière d'accessibilité et de prise en compte du handicap
- Présentation détaillée du projet
- Cahier des charges

E1.Cr1. Le plan de stratégie de communication est structuré, clair et complet. Il comprend :

- L'analyse de la demande
- L'identification du besoin
- Les objectifs à atteindre
- La prise en compte des problématiques techniques, sociétales (dont l'accessibilité et le handicap) et éthiques
- Les moyens à mettre en œuvre
- La publicité
- La communication

E1.Cr2. Le plan de stratégie de communication contient des propositions qui montrent une vision et une orientation graphique adaptées à la demande, innovantes et marquantes.

ELEMENTS COMPLÉMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A2.2. Orientation graphique et choix des techniques de production</p>	<p>d'élaborer un budget cohérent par rapport aux critères retenus.</p> <p>A2.2.C1. Définir l'orientation graphique en utilisant différentes techniques et supports (cartes mentales, recherches graphiques, story-boards, esquisses, croquis, maquettes, prototypes, etc.), afin de cadrer la conception du projet.</p> <p>A2.2.C2. Expérimenter des langages et des systèmes graphiques et explorer des déclinaisons graphiques en utilisant les éléments conceptuels du graphisme (forme, espace, typographie et couleur) à partir des retours du client, afin de mettre en place le système graphique du projet.</p> <p>A2.2.C3. Décliner le système graphique validé par le client sur les différents supports envisagés, afin d'exploiter toutes les pistes graphiques.</p> <p>A2.2.C4. Choisir et utiliser les outils ou techniques de création et de production adaptés au projet de design graphique et aux supports retenus, afin de réaliser le projet tel que défini précédemment et dans le respect des délais impartis.</p> <p>A2.2.C5. Rédiger un texte d'accompagnement du projet de design graphique, afin d'expliquer le système graphique mis en place.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Argumentaire • Solutions alternatives <p>Il doit présenter une production graphique sur le ou les supports définis par la stratégie de communication, et qui sera évaluée par un jury (A2.2.C1 à C5) :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Imprimé (tous types de supports matériels) • Écran (ordinateur, smartphone, tablette, casque de réalité virtuelle, etc.) • Scénographie (matière, espace) <p>Cette production doit contenir les différentes étapes du processus de création et les différentes orientations envisagées.</p> <p>A2.E2. Atelier créatif (individuel) Une stratégie de communication et une proposition graphique sur une thématique imposée.</p> <p>Commande Réalisation d'une stratégie de communication et d'expérimentations graphiques en tenant compte des contraintes de temps, d'espace et de moyens (A2.1 et A2.2).</p> <p>Rendus attendus Le candidat doit réaliser :</p> <ul style="list-style-type: none"> • La stratégie adaptée aux interlocuteurs du projet • Une production graphique qu'il présentera et mettra en scène (à travers une 	<p>E1.Cr3. Le cahier des charges proposé par le candidat :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Est conforme au brief proposé • Est réalisable • Comprend les éléments financiers nécessaires • Comprend une présentation exhaustive de la mise en œuvre du projet de communication de design graphique (conditions, suivi, réception). <p>E2.Cr1. La stratégie de communication en design graphique est correctement déclinée, dans la préparation du projet :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Avec des dispositifs graphiques adaptés à tous types de médias ou supports (imprimés, numériques, objets, etc.) • En intégrant une mise en perspective historique et contextuelle • Avec un objectif de communication identifié et formulé clairement. <p>E2.Cr2. Lors de sa présentation orale, le candidat expose l'orientation graphique choisie et</p>
---	--	--	---

ELEMENTS COMPLÉMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

		<p>scénographie si nécessaire) au cours d'une présentation orale.</p> <p>Il doit pouvoir expliquer et justifier ses choix et les situer dans une réflexion globale et dans le panorama graphique contemporain.</p>	<p>indique comment il mobilise l'ensemble des parties prenantes pour que celle-ci soit comprise par tous.</p> <p>E2.Cr3. L'orientation graphique est définie en fonction :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Du domaine d'activité de l'entreprise et de son historique • De la concurrence et des tendances graphiques • De l'objectif de communication exprimé par l'entreprise et identifié par le directeur de création e, design graphique
--	--	--	--

Bloc de compétence 3. Piloter une équipe créative autour d'un projet de design graphique

Activité 3. Pilotage d'une équipe créative autour d'un projet de design graphique

A3.1. Constitution de l'équipe créative	<p>A3.1.C1. Définir les spécialités professionnelles nécessaires à la réalisation des objectifs définis pour le projet, afin d'identifier plus particulièrement les ressources humaines maîtrisant l'accessibilité à tous types de publics et le parcours utilisateur.</p>	<p>A3.E1. Étude de cas (individuelle)</p> <p>Un dossier d'étude des domaines d'expertise du design graphique.</p> <p>Commande</p>	<p>E1.Cr1. Le candidat élabore un dossier qui témoigne de sa connaissance du domaine du design graphique :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Des chaînes de production
--	---	---	---

ELEMENTS COMPLÉMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A3.2. Collaboration avec des métiers créatifs régis par des statuts professionnels différents</p>	<p>A3.1.C2. Tenir compte des réalités économiques et conjoncturelles, afin de constituer une équipe projet faisant appel à des spécialistes.</p> <p>A3.1.C3. Répartir les différentes tâches en fonction des compétences complémentaires des professionnels et de leurs expériences, afin de permettre le déploiement des moyens, de fixer des délais et des planifier les interactions entre professionnels.</p> <p>A3.1.C4. Expliquer le projet de design graphique aux équipes constituées, afin de répondre à la demande du client et de respecter la stratégie de communication validée.</p> <p>A3.2.C1. Tenir compte du cadre réglementaire contractuel afin de pouvoir piloter, dans ses spécificités, une équipe créative constituée de membres concernés par des types de contrats ou des cadres légaux d'employabilité différents.</p> <p>A3.2.C2. Prendre en compte les différents régimes et statuts des travailleurs indépendants, afin de pouvoir piloter, dans ses spécificités, une équipe créative constituée de membres indépendants.</p>	<p>Élaboration d'un dossier d'étude sur les métiers présents et à venir dans le domaine du design graphique (A3.1).</p> <p>Rendus attendus Le candidat doit rendre un document contenant l'ensemble des spécialistes (théoriciens, praticiens et techniciens) d'un domaine ciblé du design graphique.</p> <p>A3.E2. Atelier créatif (individuel) Une proposition effective d'activité de direction de création pour sélectionner des spécialistes du design graphique lors d'une mise en situation réelle.</p> <p>Commande Préconisation de spécialistes dans le cas d'un projet concret en vue de concevoir, réaliser et finaliser celui-ci (A3.1 et A3.2).</p> <p>Rendus attendus Lors de la réalisation d'un projet de design graphique, le candidat doit choisir les spécialistes appropriés, notamment ceux qui maîtrisent les sujets d'accessibilité pour les différents types de handicaps et le parcours utilisateur, et les intégrer</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Des spécialistes qui constituent ce domaine d'activité. <p>E1.Cr2. Le candidat développe une démarche prospective et d'anticipation professionnelle à travers les spécialistes qu'il identifie dans son dossier.</p> <p>E2.Cr1. Le candidat préconise les spécialistes essentiels au projet qui lui est soumis, en s'appuyant sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les évolutions technologiques du design graphique • Les réalités et les contraintes économiques et conjoncturelles • Les spécificités des différents métiers du design graphique • Les différentes possibilités de statuts professionnels de ces métiers <p>E2.Cr2. Le candidat sélectionne, dans la constitution de son équipe projet, des spécialistes des questions d'accessibilité, des différentes formes de handicap, et du parcours utilisateur dans son ensemble</p>
---	--	---	--

ELEMENTS COMPLÉMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

		<p>dans le projet et définir leur champ et leur temporalité d'intervention et d'interaction avec les autres acteurs.</p> <p>Ce rendu sera évalué par un jury.</p>	<p>E2.Cr3. Les préconisations du candidat contiennent le descriptif et la répartition des tâches au sein de l'équipe.</p> <p>E2.Cr4. Le candidat met en place des outils de veille, de gestion et de suivi des spécialistes retenus.</p>
<p>Bloc de compétence 4. Gérer un projet de design graphique</p>			
<p>Activité 4. Gestion d'un projet de design graphique</p>			
<p>A4.1. Planification du projet de design graphique</p>	<p>A4.1.C1. Planifier le projet de communication graphique à travers un rétroplanning, afin d'assurer une coordination optimale entre les différentes phases et l'ensemble des parties prenantes, et de garantir ainsi l'atteinte des objectifs.</p> <p>A4.1.C2. Concevoir et mettre en place des outils de contrôle et de production, adaptés à l'ensemble des parties prenantes, quelles que soient leurs spécificités (handicap, éloignement géographique, etc.), afin de suivre et de valider l'avancée du projet de communication graphique à travers ses différentes étapes.</p>	<p>A4.E1. Gestion de projet (en groupe) La gestion globale d'un projet de design graphique de grande échelle, contenant une approche transversale.</p> <p>Commande Préparation, planification, réalisation et gestion d'un projet de design graphique interdisciplinaire et multi-supports, de l'analyse du contexte à la production (A4.1 et A4.2).</p> <p>Rendus attendus Le candidat doit réaliser et présenter avec son groupe un projet collectif de design graphique.</p>	<p>E1.Cr1. Le projet de design graphique est réaliste et cohérent au regard de la commande.</p> <p>E1.Cr2. Le projet contient l'intégralité des éléments nécessaires à la mise en œuvre du projet et répond à toutes les problématiques posées.</p> <p>E1.Cr3. Le candidat explique au jury d'évaluation la globalité du projet.</p>

ELEMENTS COMPLÉMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A4.2. Réalisation du projet de design graphique</p>	<p>A4.2.C1. Réaliser le projet de design graphique en tenant compte de tous les aspects nécessaires à sa réalisation, tels que définis précédemment, afin de répondre aux besoins exprimés par le client et à la stratégie de communication validée.</p> <p>A4.2.C2. Superviser le travail des équipes constituées, afin de vérifier la progression du projet, dans le respect des objectifs et des délais impartis.</p> <p>A4.2.C3. Gérer l'avancée du projet à partir des outils de contrôle mis en place, afin de respecter les délais prévus dans le rétroplanning.</p> <p>A4.2.C4. Identifier les problèmes rencontrés et proposer des actions correctives, en communiquant auprès de toutes les parties prenantes (équipes, fournisseurs) et du commanditaire, afin de permettre la réalisation d'un produit finalisé et conforme aux objectifs fixés.</p>	<p>Son travail sera évalué individuellement par un jury.</p> <p>Au sein du groupe, il doit participer à la production des éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dossier du projet professionnel • Organisation de l'équipe, en tenant compte des possibles parties prenantes en situation de handicap • Production graphique • Document de présentation du projet professionnel • Mise en situation. <p>A4.E2. Projet professionnel (individuel)</p> <p>La gestion globale d'un projet de design graphique sur une thématique personnelle en rapport avec une situation professionnelle.</p> <p>Commande</p> <p>Préparation, planification, réalisation et gestion d'un projet de design graphique interdisciplinaire et multi-supports, de l'analyse du contexte à la production (A4.1 et A4.2).</p> <p>Rendus attendus</p> <p>Le candidat doit réaliser un projet de design graphique et le présenter à un jury.</p> <p>Il doit produire les éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mémoire d'analyse de la problématique professionnelle • Dossier du projet professionnel • Production graphique 	<p>E1.Cr4. L'équipe projet proposée est cohérente au regard des compétences de chaque partie prenante, des disponibilités et des engagements.</p> <p>E1.Cr5. Le rétro-planning et la conduite de projet proposés sont appropriés à la nature et au dimensionnement du projet.</p> <p>E1.Cr6. Le candidat propose des outils de contrôle et de validation de l'avancée du projet adaptés à des parties prenantes en situation de handicap, selon différents degrés et types de handicaps.</p> <p>E1.Cr7. Les problèmes potentiels sont anticipés par le candidat, et les solutions sont envisagées.</p> <p>E2.Cr1. Le mémoire et le projet professionnel restituent l'engagement et le positionnement du candidat en tant que directeur de création dans le champ du design graphique :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le projet de design graphique est analysé : la problématique est énoncée et ouvre sur une analyse multidimensionnelle —
---	--	--	---

ELEMENTS COMPLÉMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

		<ul style="list-style-type: none"> • Document de présentation du projet professionnel • Mise en situation <p>Et en faire une présentation orale devant un jury, en expliquant sa démarche et ses choix graphiques.</p>	<p>historique, culturelle, économique, technique et juridique.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le projet proposé est innovant sur le plan technique : il apporte des solutions graphiques novatrices et pertinentes en regard de la nature et de l'ampleur du projet. <p>E2.Cr2. La démarche de projet proposée par le candidat s'inscrit dans un contexte de diffusion et de production en phase avec le domaine dont le projet professionnel est issu.</p>
--	--	--	---

Bloc de compétence 5. Promouvoir son activité de directeur de création en design graphique

Activité 5. Promotion de son activité de directeur de création en design graphique

A5.1. Positionnement professionnel et graphique de sa fonction de	A5.1.C1. Définir son orientation graphique et son champ d'intervention dans le domaine du design graphique et choisir l'intitulé de sa fonction, par rapport à ses expériences, ses choix d'engagements (design social et éthique, design territorial, design sociétale, etc.),	A5.E1. Mise en situation professionnelle (individuelle) Un positionnement graphique personnel et un engagement médiatique sur les réseaux de communication.	E1.Cr1. Le positionnement professionnel et la stratégie de communication du candidat sont définis : il met en avant son positionnement esthétique ainsi que son positionnement éthique et son
--	--	---	--

ELEMENTS COMPLÉMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

	<p>prouvées par des exemples de réalisations, afin de gagner le marché et renforcer ainsi son positionnement de directeur de création en design graphique.</p>	<p>Commande Sélectionner des travaux représentatifs, construire un récit, choisir la mise en forme adaptée au(x) support(s), mettre en forme et diffuser le portfolio et le site web réalisé (A5.1 et A5.2).</p> <p>Rendus attendus Le candidat doit produire un portfolio et un site web, présentant une sélection représentative de ses productions, tant personnelles que professionnelles. Il doit "écrire" le récit expliquant et mettant en valeur les travaux présentés.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Explique ses réalisations en mettant l'accent sur les techniques employées et leur caractère innovant.
--	--	---	--

