



Campus Fonderie de l'Image

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

Titre RNCP Designer en Communication Graphique Éco-responsable, niveau 6

Légende

A1.1 : Activité 1.1

A1.E1. : Activité 1, évaluation 1

E1.Cr1. : Évaluation 1, critère 1

ELEMENTS COMPLÉMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

REFERENTIEL DE COMPETENCES ET DE CERTIFICATIONS METIER

Campus Fonderie de l'Image – Designer en Communication Graphique Éco-responsable – Niveau 6

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. Réunir et analyser les données pour la conception d'un projet de design graphique éco-responsable			
Activité 1. Analyse du projet de communication du client avec le prisme de l'éco-responsabilité			
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.	A1.E1. Étude de cas (individuelle ou en groupe) Un dossier client. Commande Production et présentation d'un dossier client, relative à sa demande. 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 • Une première réflexion sur les pistes envisageables 	E1Cr1. Le dossier client contient les informations nécessaires au designer 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 d'informations	A1.2.C1. Identifier l'ensemble des sources d'informations afin de répondre aux besoins du projet de design graphique du client, incluant l'accessibilité, la prise en compte du handicap et l'approche éco-responsable du projet.		

ELEMENTS COMPLÉMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A1.3. Élaboration d'un cahier des charges de design graphique éco-responsable</p>	<p>A1.2.C2. Hiérarchiser et analyser les sources sélectionnées, pour les utiliser dans le projet de design graphique.</p> <p>A1.3.C1. Définir le cadre global du projet de design graphique, les supports et l'orientation graphique en tenant compte des problématiques techniques, sociétales et éthiques (dont l'accessibilité, le handicap et l'approche éco-responsable).</p> <p>A1.3.C2. Valider les axes d'orientation du projet de design graphique avec le client afin de cadrer l'adéquation de la proposition avec la demande.</p> <p>A1.3.C3. Réaliser le cahier des charges du projet en évaluant les coûts et les ressources nécessaires, afin d'élaborer un budget cohérent en tenant compte des contraintes d'accessibilité, de handicap et d'éco-responsabilité.</p>	<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. Réalisation d'une synthèse des informations collectées. 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. Cahier des charges (individuel) Un cahier des charges dossier client et une recherche documentaire ciblée sur une thématique imposée.</p> <p>Commande</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"> • 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> <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
---	---	---	---

ELEMENTS COMPLÉMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

		<p>Réalisation d'un cahier des charges dans un temps limité sur un sujet précis.</p> <p>Rendus attendus Le candidat doit rendre un cahier des charges d'un projet de design graphique contenant les items suivants :</p> <ul style="list-style-type: none">• 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• Argumentaire justifiant les choix réalisés <p>Le candidat doit en faire une présentation orale (avec un support de communication), évalué par un jury.</p>	<ul style="list-style-type: none">• La qualité de la veille réalisée lui permet d'identifier les signaux forts et les signaux faibles fertiles. <p>E3.Cr1. 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>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.
--	--	---	--

Bloc de compétence 2. Concevoir et déployer un projet de design graphique éco-responsable

ELEMENTS COMPLÉMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

Activité 2. Conception et déploiement d'un projet de design graphique éco-responsable

<p>A2.1. Orientation graphique</p>	<p>A2.1.C1. Définir l'orientation graphique en utilisant différentes techniques et supports (recherches graphiques, story-boards, esquisses, croquis, maquettes, prototypes, etc.), afin de cadrer la conception du projet.</p> <p>A2.1.C2. Réaliser des propositions graphiques et explorer des déclinaisons à partir des retours du client, afin de mettre en place l'identité visuelle du projet.</p> <p>A2.1.C3. Décliner les éléments graphiques validés par le client sur les différents supports envisagés, afin de finaliser l'identité visuelle (en tenant compte de l'accessibilité, du handicap et de l'approche éco-responsable).</p>	<p>A2.E1. Atelier créatif (individuel) Une proposition graphique sur une thématique imposée.</p> <p>Commande Réalisation d'expérimentations graphiques en tenant compte des contraintes de temps, d'espace et de moyens.</p> <p>Rendus attendus Le candidat doit réaliser :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Une production graphique qu'il présentera et mettra en scène (à travers une scénographie si nécessaire) au cours d'une présentation orale. <p>Il doit pouvoir expliquer et justifier ses choix et les situer dans le contexte de la thématique imposée.</p>	<p>E1.Cr1. La proposition graphique répond à la thématique imposée :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Avec des dispositifs graphiques adaptés au support (imprimés, numériques, objets, etc.) • En intégrant une mise en perspective contextuelle • Avec un objectif de communication identifié et formulé clairement.
<p>A2.2. Choix des techniques de production</p>	<p>A2.2.C1. 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.</p> <p>A2.2.C2. Définir les outils et techniques de création et de production et les spécialités professionnelles nécessaires à la réalisation du projet, afin de réaliser le projet tel que défini dans le cahier des charges.</p>	<p>A2.E2. Étude de cas (individuelle ou en groupe) Un projet de communication graphique réalisé à partir d'une commande ouverte. Une proposition graphique et sa déclinaison sur les supports sélectionnés</p> <p>Commande Conception d'un projet de communication graphique définissant les objectifs à atteindre et tenant compte des contraintes du client.</p>	<p>E1.Cr2. Lors de sa présentation orale, le candidat expose l'orientation graphique choisie et indique pourquoi et comment il a réalisé ces choix.</p> <p>E1.Cr3. L'orientation graphique est définie en fonction :</p> <ul style="list-style-type: none"> • De la concurrence et des tendances graphiques • De l'objectif de communication exprimé par l'entreprise et identifié par le designer graphique. <p>E2.Cr1. Le projet de communication graphique est structuré, clair et complet. Il comprend :</p>

ELEMENTS COMPLÉMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

		<p>Rendus attendus Le candidat doit présenter une production graphique sur le ou les supports définis par la stratégie de communication, et qui sera évaluée par un jury :</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>	<ul style="list-style-type: none"> • L'analyse de la demande • L'identification du besoin • Les objectifs à atteindre • La prise en compte des problématiques techniques, sociétales (dont l'accessibilité, le handicap et l'éco-responsabilité) et éthiques • Les moyens à mettre en œuvre • La publicité • La communication <p>E2.Cr2. Le projet de communication graphique contient des propositions qui montrent une vision et une orientation graphique adaptées à la demande.</p>
--	--	---	---

Bloc de compétence 3. Gérer un projet de design graphique éco-responsable

Activité 3. Gestion d'un projet de design graphique éco-responsable

A3.1. Planification du projet de design graphique	<p>A3.1.C1. Planifier le projet de communication graphique à travers un rétroplanning, afin d'assurer une coordination optimale entre les différentes phases et de garantir ainsi l'atteinte des objectifs.</p>	<p>A3.E1. Gestion de projet (en groupe) La gestion globale d'un projet de design graphique.</p> <p>Commande</p>	<p>E1.Cr1. Le projet de design graphique est réaliste et cohérent au regard de la commande et a été réalisé en fonction des compétences des différents membres du groupe.</p>
--	--	---	--

ELEMENTS COMPLÉMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

<p>A3.2. Réalisation du projet de design graphique</p>	<p>A3.1.C2. À partir du cahier des charges et du rétroplanning, mettre en place la chaîne de réalisation et de production du projet de design graphique</p> <p>A3.2.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 (dont l'accessibilité, le handicap et l'approche éco-responsable).</p> <p>A3.2.C2. Gérer l'avancée du projet et superviser le travail des différents professionnels impliqués, à partir des outils de contrôle mis en place, afin de respecter les délais prévus dans le rétroplanning.</p> <p>A3.2.C3. 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>Préparation, planification, réalisation et gestion d'un projet de design graphique, de l'analyse du contexte à la production.</p> <p>Rendus attendus Le candidat doit réaliser et présenter avec son groupe un projet collectif de design graphique. Son travail sera évalué individuellement par un jury. 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>A3.E2. Projet professionnel (individuel) La gestion globale d'un projet de design graphique sur une thématique personnelle en rapport avec une situation professionnelle.</p> <p>Commande Préparation, planification, réalisation et gestion d'un projet de design graphique, de l'analyse du contexte à la production.</p> <p>Rendus attendus Le candidat doit réaliser un projet de design graphique et le présenter à un jury.</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. En concertation avec les différents membres du groupe, le candidat explique au jury d'évaluation la globalité du projet.</p> <p>E2.Cr1. Le mémoire et le projet professionnel restituent la capacité d'analyse et de créativité graphique du designer :</p> <ul style="list-style-type: none"> • La problématique du projet de design graphique est énoncée et ouvre sur une analyse globale des différents facteurs. • Le projet proposé est cohérent sur le plan créatif : il apporte des solutions graphiques construites et pertinentes en regard de la nature du projet. • Les choix techniques (logiciels utilisés, chaîne de production et de diffusion) sont réalistes et adaptés au projet.
---	---	---	---

ELEMENTS COMPLÉMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

		<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 • 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>E2.Cr2. Le projet de design graphique proposé par le candidat répond aux critères définis avec le client, en tenant compte des contraintes de handicap, d'inclusion et d'éco-responsabilité.</p>
<p>Bloc de compétence 4. Promouvoir son activité de designer graphique éco-responsable</p>			
<p>Activité 4. Promotion de son activité de designer graphique éco-responsable</p>			
<p>A4.1. Positionnement graphique en tant que designer</p>	<p>A4.1.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 éco-responsable, notamment en matière d'accessibilité des différents publics (dont le handicap), et ses aspirations, afin de valoriser son activité.</p> <p>A4.1.C2. Se présenter et expliquer le métier de designer graphique, afin de se situer dans le panorama actuel du design graphique et dans ses champs d'application ("360", webdesign, motion design, imprimé, animation 3D, digital, etc.) auprès des interlocuteurs ou clients prospects.</p>	<p>A4.E1. Mise en situation professionnelle (individuelle) Un positionnement graphique personnel et un engagement médiatique sur les réseaux de communication.</p> <p>Commande Définir et réaliser sa communication en tant que designer graphique, par rapport à son orientation graphique, ses valeurs éco-responsables, et ses expériences.</p> <p>Rendus attendus</p>	<p>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 aptitude à gérer l'accessibilité des différents publics.</p> <p>E1.Cr2. Le candidat identifie et sélectionne les canaux de communication correspondant à son positionnement.</p>

ELEMENTS COMPLÉMENTAIRES RELATIFS A LA DEMANDE

A4.2. Promotion de sa production graphique	<p>A4.2.C1. Développer son réseau professionnel et ses relations avec les pairs et les différentes instances du domaine d'activité, afin d'être identifié comme spécialiste de tel ou tel aspect du design graphique.</p> <p>A4.2.C2. Valoriser ses projets de création en design graphique et ses œuvres de l'esprit, en français ou en anglais, sur tous les supports (portfolio, site web, réseaux sociaux, etc.), afin de promouvoir son activité de designer graphique.</p> <p>A4.2.C3. Répondre aux concours, appels d'offres et appels à manifestation d'intérêt, en s'appuyant sur des techniques de communication écrite, en construisant des argumentations très ciblées et par des exemples de réalisations, afin de gagner le marché et renforcer ainsi son positionnement de designer graphique.</p>	<p>Le candidat doit mettre en place sa propre communication, savoir réaliser et diffuser les contenus sélectionnés sur les médias adaptés. Il est demandé au candidat de :</p> <ul style="list-style-type: none">• Diffuser ses productions professionnelles et personnelles afin de montrer son champ d'intervention et ses savoir-faire• Organiser ou participer à des événements en rapport avec le design graphique• Participer aux concours et appels d'offre proposés par les entreprises, les collectivités ou autres institutions. <p>A4.E2. Atelier créatif (individuel) La réalisation du ou des portfolios montrant les savoir-faire et les compétences du candidat.</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.</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.</p>	<p>E1.Cr3. La forme du message est adaptée aux supports de communication retenus.</p> <p>E1.Cr4. Le candidat participe aux événements de toute nature (colloque, concours, appels d'offres) en rapport avec son positionnement professionnel.</p> <p>E2.Cr1. Le contenu et la forme des travaux présentés (portfolio, site web, etc.) représentent le positionnement professionnel du candidat et montrent ses compétences et ses savoir-faire.</p>
---	--	--	--