

CONCEPTEUR EN COMMUNICATION GRAPHIQUE ET NUMERIQUE – RNCP34345

REFERENTIELS D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION

SIGE - PSVA (PARIS SCHOOL OF VISUAL ARTS)

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Bloc n°1 : Analyse du besoin de communication graphique ou numérique du client			
A1.1. Echange avec le commanditaire : A.1.1.1. Analyse des attentes A.1.1.2. Reformulation des besoins exprimés A.1.1.3. Synthèse des attentes et besoins exprimés	C1.1. Identifier les objectifs, le message et les contraintes du besoin de communication exprimé en dialoguant avec le commanditaire et en reformulant les attentes exprimées pour définir les contours du projet et en cerner les enjeux.	<u>Mise en situation professionnelle :</u> REDACTION ET PRESENTATION D'UN BRIEF CREATIF A partir de la présentation d'un besoin de communication client et d'une documentation mise à sa disposition, le candidat rédige une copy strategy (ou brief créatif) structurée à destination d'équipes techniques et créatives.	Le candidat fait preuve d'une bonne qualité d'écoute et d'analyse. Le besoin en communication du client est compris : objectif, message, cible(s) et contraintes éventuelles.
A1.2. Qualification de la stratégie de communication visuelle du commanditaire : A1.2.1 Analyse de l'univers visuel du commanditaire (codes graphiques) A1.2.2. Etude des cibles et des messages diffusés (fonds et forme) A1.2.3. Recensement des supports de diffusion utilisés	C1.2. Analyser la stratégie de communication visuelle du commanditaire en appréciant ses codes graphiques et en étudiant ses précédentes campagnes de communication pour s'approprier son univers de marque.	Au cours d'une soutenance orale d'une durée de 15 minutes devant un jury composé de professeurs et de professionnels, le candidat remet et présente le travail réalisé. Il explicite sa démarche et rend compte de son analyse. L'exposé est suivi d'un échange avec le	La stratégie de communication visuelle est décrite et documentée : la charte graphique du commanditaire est analysée (évolutions et lignes directrices du logo et des couleurs utilisées). L'univers visuel du commanditaire est compris : une analyse sémiologique des images et des campagnes publicitaires est réalisée.
A1.3. Benchmark des pratiques concurrentielles	C1.3. Réaliser un benchmark au niveau national et international des pratiques concurrentielles		L'identité de marque du commanditaire est

CONCEPTEUR EN COMMUNICATION GRAPHIQUE ET NUMERIQUE – RNCP34345

REFERENTIELS D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION

SIGE - PSVA (PARIS SCHOOL OF VISUAL ARTS)

	pour appréhender le positionnement du commanditaire et identifier les axes possibles de différenciation.	jury sous forme de questions/réponses d'une durée de 15 minutes.	appréhendée dans son environnement concurrentiel.
A1.4. Recensement des contraintes techniques, réglementaires et environnementales : <ul style="list-style-type: none">- Mentions obligatoires,- Activité réglementée,- Certifications,- Code de l'environnement,- ...	C1.4. Appréhender les spécificités et les difficultés inhérentes au projet en identifiant l'ensemble des contraintes techniques, environnementales et réglementaires applicables, pour les intégrer au brief créatif et garantir la conception d'une proposition réalisable et conforme à la législation en vigueur.		Le projet est envisagé dans globalité : objectif, message, contraintes techniques, légales, réglementaires et environnementales applicables au secteur d'activité, au produit, au choix du support de diffusion.
A1.5. Rédaction d'un cahier des charges <ul style="list-style-type: none">- Promesse- Bénéfice consommateur- Tonalité- Supports de diffusion- Contraintes techniques, réglementaires et environnementales	C1.5. Rédiger le cahier des charges d'un projet de communication graphique et numérique en formalisant et structurant les attentes du commanditaire, en intégrant les particularités techniques et environnementales inhérentes au projet, pour le diffuser aux équipes créatives et garantir une livraison conforme au brief initial.		Le cahier des charges du projet existe : <ul style="list-style-type: none">- il est clair, contextualisés et structuré ;- le besoin de communication client est identifié et caractérisé ;- le bénéfice consommateur, la promesse, le ton adopté et les supports sélectionnés sont explicités- il intègre les contraintes applicables au projet (réglementaires, techniques et environnementales).

CONCEPTEUR EN COMMUNICATION GRAPHIQUE ET NUMERIQUE – RNCP34345

REFERENTIELS D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION

SIGE - PSVA (PARIS SCHOOL OF VISUAL ARTS)

Bloc n°2 : Conception et présentation d'un projet de communication graphique ou numérique

<p>A2.1. Analyse des tendances en matière de création graphique et numérique</p> <p>A2.1.1. Déploiement d'une veille créative</p> <p>A2.1.2. Formalisation d'un cahier de tendances ou d'un moodboard</p>	<p>C2.1. Assurer une veille créative en matière de communication visuelle en collectant des informations sur l'évolution des codes graphiques et en analysant les pratiques des concurrents pour décrypter les tendances et enrichir le projet créatif</p>	<p><u>Production d'un dossier (travail de recherche et de collecte) :</u></p> <p>PRESENTATION D'UN CAHIER DE TENDANCES</p> <p>A partir d'une thématique de travail qui lui sera communiquée, le candidat dispose de deux semaines pour élaborer un cahier de tendances qu'il remet à un jury composé de professeurs et de professionnels.</p>	<p>Une méthodologie de collecte a été déployée : définition d'un périmètre de recherche et sélection des sources d'information à privilégier.</p> <p>Un benchmark des pratiques concurrentielles est réalisé.</p> <p>Les informations collectées sont hiérarchisées, synthétisées et analysées.</p> <p>La démarche de veille est formalisée à travers la réalisation d'un cahier de tendances ou un moodboard.</p>
<p>A2.2. Création d'une identité visuelle (logotype) :</p> <ul style="list-style-type: none">- Design,- Colorimétrie- Typographie- Tonalité	<p>C2.2. Concevoir une charte graphique complète et cohérente (colorimétrie, typographie, tonalité) quant à l'univers de marque du commanditaire pour répondre à un besoin de différenciation et contribuer à créer une identité visuelle propre et impactante</p>	<p><u>Mise en situation professionnelle :</u></p> <p>PRESENTATION D'UN PROJET DE COMMUNICATION GRAPHIQUE ET NUMERIQUE</p> <p>A partir d'un brief créatif, le candidat élabore un projet de</p>	<p>La charte graphique définie est conforme à l'univers de marque du commanditaire.</p> <p>La charte graphique est déclinée sur différents supports de communication print (affiches, cartes de visite, flyers, dépliants) et web (site web, newsletter, application).</p>

CONCEPTEUR EN COMMUNICATION GRAPHIQUE ET NUMERIQUE – RNCP34345

REFERENTIELS D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION

SIGE - PSVA (PARIS SCHOOL OF VISUAL ARTS)

<p>A2.3. Elaboration d'un concept graphique et numérique original</p> <ul style="list-style-type: none">- Objectifs, cibles, message- Illustration du concept : esquisses, modélisation graphique- Choix des supports de diffusion print (presse, affichage, cartes de visite, packaging...) et/ou numériques (ordinateur, tablette, mobile)	<p>C2.3. Elaborer un concept visuel innovant et différenciant en phase avec le besoin de communication exprimé en mobilisant son sens créatif et ses compétences technologiques (création de site, animation 2D/3D, UX/UI design, motion design) et en sélectionnant les supports de diffusion print et/ou numériques adéquats (affichage, mobile, web, flyer, réseaux sociaux, media, presse...) pour atteindre les cibles visées et garantir une mémorisation efficace</p>	<p>communication visuelle (objectifs, cibles, message, supports de diffusion) en cohérence avec le besoin exprimé. Le candidat présente ensuite son projet, au cours d'une soutenance orale d'une durée de 20 minutes, devant un jury composé de professeurs et de professionnels.</p> <p>L'exposé est suivi d'un échange avec le jury sous forme de questions/réponses (durée 15 minutes). Il s'agit d'évaluer la capacité du candidat à justifier de ses partis pris créatifs et de l'orientation donnée au projet.</p>	<p>Plusieurs pistes de réflexion, s'appuyant sur des croquis d'intention, sont explorées.</p> <p>Le concept élaboré est original : il réinvestit les résultats de la veille créative et répond au besoin exprimé.</p> <p>Le choix des canaux de diffusion est cohérent quant au message à transmettre et à la cible visée.</p> <p>La faisabilité technique du projet est avérée : les techniques de modélisation graphique et numérique sont mises en œuvre (conception de site web, animation 2D/3D, design UI/UX...).</p>
<p>A2.4. Estimation des coûts de conception et de réalisation du projet</p>	<p>C2.4. Etablir un budget prévisionnel des coûts à engager pour réaliser le projet, en identifiant les ressources humaines et techniques à mobiliser pour s'assurer de la faisabilité économique du projet envisagé</p>		<p>Le budget du projet existe :</p> <ul style="list-style-type: none">- il reprend l'ensemble des étapes de conception et de fabrication ;- des devis estimatifs sont présentés. <p>Le projet est économiquement réalisable.</p>

CONCEPTEUR EN COMMUNICATION GRAPHIQUE ET NUMERIQUE – RNCP34345

REFERENTIELS D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION

SIGE - PSVA (PARIS SCHOOL OF VISUAL ARTS)

<p>A2.5. Présentation de projet graphique ou numérique</p> <p>A2.5.1. Animation d'une présentation de projet graphique et numérique</p> <p>A2.5.2. Ajustement du projet présenté</p> <p>A2.5.3. Contractualisation avec le commanditaire</p>	<p>C2.5.1. Présenter un projet de création graphique et numérique en s'appuyant sur des outils d'expression visuelle (photographie, dessin, moodboard, story-board, planche tendances) et multimédia (traitement d'image, composition et mise en page, animation, 3D, vidéo, internet) et en justifiant de ses partis pris créatifs et conceptuels pour susciter l'adhésion du commanditaire.</p> <p>C2.5.2. Apporter des ajustements au projet présenté en prenant en compte les remarques et les observations formulées par le commanditaire pour obtenir sa validation définitive.</p> <p>C2.5.3. Contractualiser avec le commanditaire en cosignant une offre de service pour entériner la collaboration.</p>		<p>La présentation est claire, structurée et s'appuie sur des visuels.</p> <p>Les choix esthétiques et artistiques retenus sont argumentés.</p> <p>Les remarques du commanditaire sont acceptées et comprises : des correctifs sont proposés.</p> <p>Le commanditaire a validé la proposition finale.</p>
---	---	--	---

CONCEPTEUR EN COMMUNICATION GRAPHIQUE ET NUMERIQUE – RNCP34345

REFERENTIELS D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION

SIGE - PSVA (PARIS SCHOOL OF VISUAL ARTS)

Bloc n°3 : Réalisation d'une création graphique ou numérique

<p>A3.1. Production d'une création graphique en format print (papeterie, affiche, flyer, packaging, brochure, signalétique, habillage, illustrations)</p> <p>A3.1.1. Sélection des ressources graphiques</p> <p>A3.1.2. Gestion de l'iconographie</p> <p>A3.1.3. Mise en forme du projet</p> <p>A3.1.4. Lancement des impressions</p>	<p>C3.1.1. Elaborer une création graphique sur un support print en utilisant les techniques graphiques et de mise en page (gestion de l'iconographie, hiérarchie et équilibre texte/image) à l'aide de logiciels informatiques (Photoshop, Indesign, Illustrator) pour répondre au besoin de communication exprimé dans le cahier des charges.</p> <p>C3.1.2. Créer un fichier à destination de l'imprimeur en intégrant toutes les caractéristiques techniques du projet pour garantir une impression conforme et de qualité.</p> <p>C3.1.3. Adopter une démarche éco-responsable dans la conception de ses créations en privilégiant le choix de supports et de matériaux recyclables (papiers, encres, colles...) et en élaborant une stratégie à long terme pour éviter l'obsolescence trop rapide du/des projets imprimés (papeterie, affiche, flyer, packaging, brochure, signalétique, habillage, illustrations).</p>	<p><u>Cas pratique :</u></p> <p>REALISATION D'UNE CREATION GRAPHIQUE SUR UN SUPPORT PRINT</p> <p>A partir d'un brief créatif, dans le cadre d'un cas pratique de communication visuelle, il est attendu que le candidat réalise une création graphique à l'aide d'outils de PAO (Photoshop, Indesign, Illustrator). Il pourra s'agir d'un projet d'affiche, d'édition ou de packaging.</p>	<p>Les créations réalisées présentent des qualités conceptuelles, plastiques et graphiques : mise en page, typographie, couleurs, proportions, équilibre, harmonie des visuels.</p> <p>Le message à transmettre est lisible et facilement mémorisable.</p> <p>L'utilisation complémentaire et différenciée des logiciels de la suite Adobe est maîtrisée.</p> <p>Les supports papier travaillés sont variés : papeterie, affiche, flyer, édition, packaging, signalétique, habillage, illustrations.</p> <p>Le choix des techniques d'impression permet de minimiser l'impact environnemental.</p>
--	--	---	--

CONCEPTEUR EN COMMUNICATION GRAPHIQUE ET NUMERIQUE – RNCP34345

REFERENTIELS D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION

SIGE - PSVA (PARIS SCHOOL OF VISUAL ARTS)

<p>A3.2. Réalisation d'un projet digital (site web, application, newsletter, réseaux sociaux, display, site-under) :</p> <p>A3.2.1. Sélection des outils de conception</p> <p>A3.2.2. Développement et programmation du projet numérique</p> <p>A3.2.3. Déclinaison de l'identité visuelle sur les supports de communication digitaux</p>	<p>C3.2.1. Créer des maquettes graphiques déclinées sur des supports digitaux (site web, newsletter, réseaux sociaux, display, site-under, intersticiels) en utilisant des logiciels informatiques de conception et de modélisation pour apporter une solution numérique innovante au besoin de communication exprimé.</p> <p>C3.2.2. Améliorer l'expérience utilisateur (UX design) d'un site internet ou d'une application en optimisant l'ergonomie de l'interface utilisateur (UI design) pour tenir compte des attentes de la cible visée.</p>	<p><u>Cas pratique :</u></p> <p>REALISATION D'UNE CREATION GRAPHIQUE SUR UN SUPPORT DIGITAL</p> <p>A partir d'un brief créatif, dans le cadre d'un cas pratique de communication visuelle, il est attendu que le candidat réalise une création graphique sur un support digital à l'aide de logiciels d'animation numérique (Suite Adobe, After Effects, Audition, Cinema4D) et/ou de logiciels de conception d'interface Web (Muse, Suite Adobe, CS6) mis à sa disposition</p>	<p>La charte graphique est conforme à l'univers de marque du commanditaire.</p> <p>Les techniques de programmation et de coding (CSS3, HTML, XML, ...) sont maîtrisées.</p> <p>L'interface utilisateur est responsive et consultable sur différents supports (ordinateur, tablettes, mobiles).</p> <p>La navigation est simple et intuitive (UI design).</p> <p>Les animations et les interactivités multimédia créées (Motion design) sont ergonomiques.</p> <p>L'expérience utilisateur (UX design) est améliorée : hausse du taux de clics, diminution du taux de rebond.</p>
--	---	--	--

Bloc n°4 : Pilotage de la chaîne graphique et numérique et management d'équipes pluridisciplinaires

<p>A4.1. Etablissement d'un planning de conception et de réalisation du projet</p>	<p>C4.1. Scénariser un projet de création graphique et numérique en planifiant les différentes étapes de conception et de réalisation du projet et leur enchaînement pour garantir la livraison dans les délais impartis.</p>	<p><u>Dossier – Rapport d'activités :</u></p> <p>REDACTION D'UN RAPPORT D'ACTIVITES</p>	<p>Les étapes du projet sont hiérarchisées dans le cahier des charges.</p>
---	---	--	--

CONCEPTEUR EN COMMUNICATION GRAPHIQUE ET NUMERIQUE – RNCP34345

REFERENTIELS D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION

SIGE - PSVA (PARIS SCHOOL OF VISUAL ARTS)

		<p>A partir d'une expérience professionnelle réalisée dans le cadre d'un stage, le candidat rédige un rapport d'activités dans lequel il met en exergue sa capacité à gérer un projet de la prise de connaissance du brief jusqu'à sa livraison.</p>	<p>Un rétroplanning est élaboré et diffusé aux équipes créatives.</p>
<p>A4.2. Constitution des équipes projet A4.2.1. Recensement des compétences disponibles A4.2.2. Recrutement de prestataires extérieurs le cas échéant</p>	<p>C4.2. Identifier les besoins en compétences et, le cas échéant, s'entourer de « spécialistes » (sociologue, sémiologue, historien, maquettiste, roughman, ergonomiste, développeur web, concepteur-rédacteur...) en contractualisant avec des prestataires extérieurs pour venir en soutien aux équipes.</p>	<p>Après avoir défini le contexte de sa mission, il explicite les tâches réalisées, sa méthodologie d'intervention, les difficultés rencontrées et les moyens déployés pour les surmonter. Il justifie notamment des arbitrages effectués tout au long du processus de création :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conception, - Réalisation, - Contrôle, - Livraison du projet. <p>Le candidat clôture sa réflexion par une projection à court et moyen termes concernant son évolution professionnelle. Il est libre de choisir le projet présenté,</p>	<p>Les tâches affectées à chaque exécutant/sous-traitant correspondent à ses qualifications, à ses compétences et à son expérience.</p> <p>Le recours à des prestataires extérieurs est justifié (absence de compétences en interne, raison économique).</p>
<p>A4.3. Management des équipes créatives : A4.3.1. Répartition des tâches A4.3.2. Coordination d'équipe A4.3.3. Gestion des conflits</p>	<p>C4.3. Coordonner le travail d'équipes pluridisciplinaires (maquettiste, imprimeur, photographe, réalisateur de film, développeur web...) en accompagnant les équipes dans la résolution des problématiques techniques et organisationnelles rencontrées pour organiser l'avancée régulière du projet.</p>	<p>Le candidat clôture sa réflexion par une projection à court et moyen termes concernant son évolution professionnelle. Il est libre de choisir le projet présenté,</p>	<p>Le cahier des charges et le planning sont communiqués aux équipes au cours d'une réunion de cadrage.</p> <p>Les équipes créatives (internes et prestataires) sont mobilisées.</p> <p>Des plateformes de gestion de projet collaboratives sont utilisées.</p> <p>Les aléas (contretemps techniques, retards de production, conflits internes) sont gérés et surmontés.</p>

CONCEPTEUR EN COMMUNICATION GRAPHIQUE ET NUMERIQUE – RNCP34345

REFERENTIELS D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION

SIGE - PSVA (PARIS SCHOOL OF VISUAL ARTS)

<p>A4.4. Suivi de l'avancée du projet (budget et échéances)</p> <p>A4.4.1. Fixation d'objectifs quantitatifs et qualitatifs</p> <p>A4.4.2. Définition et analyse d'indicateurs de performance</p> <p>A4.4.3 Mise en place d'actions correctives, le cas échéant</p>	<p>C4.4. S'assurer du respect des contraintes temporelles et budgétaires tout au long du processus de conception jusqu'à la livraison du projet final en mettant en place des indicateurs de performance, en déployant des actions correctives pour garantir la livraison du projet dans les délais impartis et la maîtrise des coûts engagés.</p>	<p>qu'il ait été mené dans le cadre de son cursus de formation pour le compte d'un client réel ou au cours d'une expérience professionnelle.</p>	<p>Des outils de reporting existent : les indicateurs de suivi sont analysés.</p> <p>Les échéances contractuelles et les contraintes imposées ont été respectées : livraison du projet attendu dans les délais et au prix convenus.</p>
<p>A4.5. Contrôle de la conformité au cahier des charges (qualité, caractéristiques techniques)</p>	<p>C4.5. Expertiser la réalisation finale du projet en évaluant ses qualités esthétiques et techniques par rapprochement au cahier de charges pour s'assurer de la conformité du projet développé au besoin identifié dans le brief créatif.</p>		<p>Des indicateurs de contrôle qualité sont mis en place : paramètres des fichiers, formats d'impression et/ou d'enregistrement.</p>
<p>A4.6. Protection juridique d'une réalisation graphique et numérique</p> <p>A4.6.1. Recherche d'antériorité</p> <p>A4.6.2. Dépôt de marques/dessin/modèles</p>	<p>C4.6. Encadrer juridiquement le projet en mobilisant ses connaissances en matière de droit de la propriété industrielle, littéraire et artistique pour garantir sa protection intellectuelle.</p>	<p><u>Exposé</u> :</p> <p>Au cours d'un exposé oral de 15 minutes, à partir de ses connaissances personnelles, le candidat exposera les enjeux liés à la protection de ses créations (droit de la propriété intellectuelle). L'exposé est suivi d'un échange avec le jury composé de professeurs et intervenants (10 minutes).</p>	<p>Une recherche d'antériorité de la marque est réalisée.</p> <p>Les problématiques juridiques inhérentes aux images et textes, libres ou non de droits d'utilisation et de reproduction sont identifiées.</p> <p>Des solutions concrètes sont envisagées en matière de protection juridique : enregistrement à l'INPI par exemple.</p>