

RNCP35451 - Designer visuel et digital
INSTITUT DE COMMUNICATION APPLIQUEE
(ECV)

Bloc 1 : Analyser les enjeux stratégiques d'un projet en design visuel et digital

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>A1 Veille sur l'environnement global de l'entreprise (technologique, économique, tendances sociaux-économiques ...)</p> <p>Organisation du processus de veille</p>	<p>C1 : Organiser un processus de veille, en prenant en compte les dimensions technologiques, économiques, sociales et culturelles, afin d'analyser les évolutions impactant l'environnement de l'entreprise</p>	<p>Études de cas réel portant sur l'analyse d'un besoin client, avec présentation sous forme de documents de synthèses</p> <p>Projets professionnels individuels ou en équipe avec présentation écrite et/ou orale</p> <p>Ces modalités permettront de faire ressortir le contenu et les sources utilisées pour analyser les évolutions impactant l'environnement de l'entreprise</p>	<p>c1 Les sources utilisées sont pertinentes et fiables (références professionnelles, revues spécialisées, bases de données économiques...).</p> <p>La veille est réalisée de manière régulière, exhaustive et structurée.</p> <p>L'analyse des évolutions impactant l'entreprise à long terme comprend :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les évolutions culturelles (consommation responsable, recherche de sens...) - les mutations technologiques (digitalisation, intégration des outils numériques...) - les tendances sociaux-économiques (organisation du travail, mobilité...)

<p>Identification des tendances esthétiques</p>	<p>C2 : Identifier les tendances esthétiques, en s'appuyant sur l'actualité de la création, afin de répondre aux attentes des clients</p>	<p>Etudes de cas réel portant sur l'analyse d'un besoin client, avec présentation sous forme de documents de synthèses</p> <p>Projets professionnels individuels ou en équipe avec présentation écrite et/ou orale</p> <p>Ces modalités permettront de faire ressortir le contenu et les sources utilisées pour identifier les tendances esthétiques et répondre aux attentes des clients</p>	<p>c2</p> <p>Les sources utilisées sont pertinentes et fiables (références professionnelle, revues spécialisées, bases de données économiques...).</p> <p>La veille est réalisée de manière permanente et présentée de manière exhaustive et structurée.</p> <p>Les tendances esthétiques issues de l'actualité de la création sont étudiées : nouveaux concepts, nouvelles identités, nouveaux services...</p>
---	---	---	---

<p>A2 Identification du besoin client</p> <p>Analyse des pratiques du client et de son écosystème en matière de communication visuelle et digitale</p>	<p>C3 : Analyser les informations fournies par le client dans le brief afin d'identifier et de synthétiser le besoin sur le projet en design visuel et digital</p>	<p>Etudes de cas avec présentation sous forme de documents de synthèses</p> <p>Projets professionnels individuels ou en équipe avec présentation écrite et/ou orale</p> <p>Ces modalités permettront de synthétiser le besoin exprimé par le client dans le brief</p>	<p>c3</p> <p>La synthèse des données traduit correctement les données communiquées par le client à savoir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'identité créative du produit, du service, de la marque ou de l'entreprise (signes d'identification) - le territoire de marque définissant le périmètre couvert par la marque - les valeurs de l'entreprise cliente - le contexte concurrentiel - le positionnement stratégique de l'entreprise par rapport aux entreprises concurrentes <p>Des enquêtes terrain sont menées afin de compléter les données fournies par le client.</p>
<p>Benchmark des dispositifs de communication et de création en visuel et digital des entreprises concurrentes</p>	<p>C4 : Réaliser un benchmark des campagnes de communication et des créations en visuel et digital sur le marché afin de positionner l'entreprise par rapport à la concurrence</p>	<p>Etudes de cas réel portant sur l'analyse d'un besoin client, avec présentation sous forme de documents de synthèses</p> <p>Projets professionnels individuels ou en équipe avec présentation écrite et/ou orale</p> <p>Ces modalités permettront de présenter un benchmark des campagnes de communication et de créations visuelles et digitales sur le marché</p>	<p>c4</p> <p>Les campagnes de communication et de créations visuelles et digitales réalisées par les principaux concurrents sont listées et décrites :</p> <ul style="list-style-type: none"> - identité créative du produit, du service, de la marque ou de l'entreprise - territoire de marque définissant le périmètre couvert par la marque - valeurs de l'entreprise

<p>Analyse des enjeux stratégiques du client</p>	<p>C5 : Analyser les informations et données sur l'environnement interne et externe de l'entreprise, en tenant compte des contraintes (budgétaires, techniques environnementales, délais), afin de définir la problématique de communication visuelle et digitale d'une marque, d'un produit ou d'un service</p>	<p>Etudes de cas avec présentation sous forme de documents de synthèses</p> <p>Projets professionnels individuels ou en équipe avec présentation écrite et/ou orale</p> <p>Ces modalités permettront de définir la problématique de communication visuelle et digitale du client</p>	<p>c5</p> <p>Le besoin du client est correctement traduit, il est cohérent par rapport au descriptif du brief. Il intègre les points clés suivants : public cible, contexte, concurrence, contraintes...</p> <p>La problématique est formulée de manière claire et synthétique.</p> <p>Les besoins sous-jacents non communiqués dans le brief sont relevés et pris en compte dans la définition de la problématique client.</p>
--	--	--	---

Bloc 2 : Elaborer une stratégie de design visuel et digital

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>A3 Elaboration de la stratégie de design visuel et digital</p> <p>Création d'un portfolio de recherches créatives</p>	<p>C6 : Développer des références en lien avec la problématique du client, afin d'élaborer un socle de références créatives à intégrer au projet</p>	<p>Création d'un portfolio (book) présentant les activités de recherches créatives et d'expérimentation plastiques et numériques</p>	<p>c6 Des carnets de recherche et de tendance sont élaborés et mettent en évidence :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les recherches prospectives sur les évolutions des styles et les formes - Des recherches plastiques variées (volume, photo, vidéo) - Les évolutions technologiques pouvant être intégrées au projet. <p>Les carnets de recherche s'appuient sur des références culturelles pertinentes : designers, photographes, vidéastes, philosophes, acteurs économiques...</p> <p>Différentes techniques de formalisation (dessins, planches, mapping...) sont maîtrisées pour communiquer ces recherches.</p>

<p>Définition de la stratégie de communication visuelle et digitale</p>	<p>C7 : Elaborer une stratégie 360 (multi-supports), suivant la cible visée et le type de projet, afin de définir les canaux de communication nécessaires à la réalisation du projet</p>	<p>Etudes de cas réel portant sur l'analyse de stratégies développées sur différents types de projets de communication visuelle et digitale</p> <p>Projets professionnels individuels ou en équipe avec présentation écrite et/ou orale</p> <p>Ces modalités permettront de vérifier la capacité à définir une stratégie de communication visuelle et digitale sur une problématique client.</p>	<p>c7</p> <p>La stratégie identifiée répond à la problématique du client.</p> <p>La stratégie proposée est innovante et adaptée à la cible visée et au type de projet.</p> <p>Des canaux de communication sont proposés et adaptés à la situation.</p>
<p>A4 Conception de projets de communication visuelle et digitale</p> <p>Conception du projet de communication visuelle</p>	<p>C8 : Elaborer des supports graphiques et des prototypes print, à partir des concepts graphiques, afin de formaliser la réponse à apporter à la problématique du client</p>	<p>Projets professionnels individuels ou en équipe avec présentation écrite et/ou orale</p> <p>Création d'un portfolio (book) professionnel</p> <p>Ces modalités permettront de vérifier la capacité à formaliser des supports graphiques et des prototypes de projet de communication visuelle répondant à la problématique du client</p>	<p>c8</p> <p>Les concepts graphiques portent sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La déclinaison d'identité visuelle (matières, couleurs, charte graphique...) - Les campagnes d'affichage - Le packaging <p>Les concepts graphiques sont représentés sous différentes formes : esquisses, storyboards, planches graphiques, scenarii utilisateurs...</p>

<p>Conception du projet de communication digitale</p>	<p>C9 Analyser les parcours utilisateurs afin de concevoir l'architecture et le design graphique de l'interface d'application ou web, en utilisant les logiciels appropriés</p>	<p>Projets professionnels individuels ou en équipe avec présentation écrite et/ou orale</p> <p>Création d'un portfolio (book) professionnel</p> <p>Ces modalités permettront de vérifier la capacité à formaliser des supports graphiques et des prototypes de projet de communication digitale répondant à la problématique du client</p>	<p>c9</p> <p>L'expérience utilisateur est décrite (caractéristiques de l'utilisateur, besoins, problématique...) et les fonctionnalités du site web ou de l'application sont définies.</p> <p>L'esthétique, le design et les contenus de l'interface sont définis et comprennent les différents éléments graphiques (identité visuelle avec l'image de marque de l'entreprise, charte graphique). Ils tiennent compte de l'identité et de la problématique de l'entreprise cliente et s'appuient sur des logiciels adaptés (Illustrator, Photoshop...).</p> <p>Les langages de programmation (HTML5, CSS3, JavaScript, Angular, iOS, Android...) sont utilisés en vue de développer l'interface web ou mobile.</p> <p>Des prototypes sont réalisés pour représenter les concepts :</p> <ul style="list-style-type: none"> - sites web - applications mobiles - campagnes réseaux sociaux - ... <p>Des tests sont réalisés pour vérifier leur fonctionnement.</p>
---	---	--	--

<p>Présentation d'une recommandation finale au client</p>	<p>C10 : Présenter le projet final au client, en cohérence avec le brief et la stratégie de design, pour obtenir sa validation en vue de la réalisation du projet</p>	<p>Projets professionnels individuels ou en équipe avec présentation écrite et/ou orale</p> <p>Création d'un portfolio (book) professionnel</p> <p>Ces modalités permettront de présenter au client la recommandation afférente au projet</p>	<p>c10</p> <p>Les supports visuels mettent en valeur la recommandation par l'utilisation de différents outils graphiques : maîtrise de l'outil Adobe, des outils de modélisation 3D, des vidéos, de la réalité augmentée...</p> <p>La présentation orale est convaincante et favorise l'adhésion du client.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Argumentation percutante - Prise en compte des remarques et questions de l'interlocuteur - Eloquence, clarté d'élocution, logique d'argumentation <p>La recommandation est formalisée et présentée en français ou en anglais suivant le contexte du projet.</p>
---	---	---	---

Bloc 3 : Assurer le management d'une équipe sur un projet de design visuel et digital

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
A1 Constitution de l'équipe et préparation Constitution d'une équipe projet	C11 : Sélectionner les équipes créatives et techniques, en tenant compte des contraintes budgétaires, afin de réunir toutes les compétences nécessaires à la réalisation du projet	Projets professionnels en équipe Ces projets permettront d'évaluer la bonne caractérisation des compétences nécessaires au projet du client	c11 Les métiers et les compétences nécessaires au projet sont identifiés en interne et en externe : graphistes, illustrateurs, photographes, vidéastes, webdesigner, SEO, développeurs web... Le choix des intervenants respecte les contraintes budgétaires du projet.
Elaboration du planning de l'équipe	C12 : Planifier les différentes étapes de réalisation du projet, en tenant compte des délais fixés par le client, afin de répartir les tâches entre les différents membres des équipes techniques et de création	Projets professionnels en équipe Ces projets permettront d'évaluer la capacité à définir et à suivre un planning de projet	c12 Les outils de pilotage projet sont définis et utilisés : calendrier, logiciels de gestion des tâches... Des réunions de pilotage sont réalisées régulièrement avec les équipes techniques et créatives. Elles sont formalisées sous forme de comptes-rendus. Les phases du projet sont structurées en différentes tâches avec les ressources internes ou externes associées et le délai fixé. Les tâches sont listées de manière exhaustive et chronologique.

<p>A2 : Pilotage de l'équipe</p> <p>Management de l'équipe et des prestataires techniques et créatifs</p>	<p>C13 : Encadrer les équipes du projet en design visuel et digital, en animant des réunions régulières, afin de vérifier leur performance individuelle et collective sur le projet</p>	<p>Projets professionnels en équipe pluridisciplinaires</p> <p>Ces projets permettront d'évaluer la transmission des compétences au sein du groupe, et la capacité d'évaluation individuelle et collective</p>	<p>c13</p> <p>Des réunions de groupe sont organisées régulièrement afin d'encadrer les travaux de chacun et de vérifier l'atteinte des objectifs fixés.</p> <p>La restitution orale des projets est équilibrée entre les différents membres de l'équipe.</p> <p>Les critères d'évaluation de la performance individuelle et collective sont maîtrisés et utilisés de manière adaptée.</p>
<p>Développement d'actions de motivation de l'équipe</p>	<p>C14 : Communiquer avec l'équipe, en s'appuyant sur des leviers de motivation et de valorisation et en faisant preuve de leadership, afin d'assurer l'adhésion des collaborateurs et des prestataires techniques et créatifs au projet</p>	<p>Projets professionnels en équipe pluridisciplinaires</p> <p>Ces projets permettront d'évaluer l'esprit d'équipe et les techniques de leadership et de communication</p>	<p>c14</p> <p>Le discours est clair, structuré et motivant.</p> <p>Les membres de l'équipe sont écoutés.</p> <p>Les techniques de communication sont appliquées et adaptées selon les profils techniques et créatifs.</p> <p>Des solutions sont apportées aux éventuelles difficultés rencontrées (médiation, revalorisation, recadrages...) afin d'assurer la bonne communication entre membres de l'équipe pluridisciplinaire.</p> <p>L'esprit d'équipe est favorisé et permet la transmission des compétences entre membres de l'équipe.</p> <p>Des axes d'amélioration sont identifiés.</p>

Bloc 4 : Pilotage d'un projet en design visuel et digital

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
<p>A1 : Suivi du projet</p> <p>Gestion de la qualité de la production des créations graphiques et fonctionnelles</p> <p>Gestion des délais de production des créations graphiques et fonctionnelles</p>	<p>C15 : Superviser la qualité des productions, en veillant au pilotage de l'ensemble de la chaîne de production et au respect du budget et des délais, afin de garantir le bon suivi des travaux</p>	<p>Projets professionnels en équipe</p> <p>Ces projets permettront d'évaluer la formalisation des productions rendues, ainsi que la capacité à trouver des solutions en cas d'imprévus</p>	<p>c15</p> <p>L'avancement des travaux est conforme au planning. Les produits ou services livrés sont conformes au cahier des charges : qualité des productions graphiques, sites web, applications mobiles, supports de communication, packaging, éditions... Des solutions ont été trouvées face aux imprévus dans le respect des contraintes budgétaires ou de délais.</p>
<p>A2 : Restitution finale au client</p> <p>Restitution du projet final au client</p>	<p>C16 : Présenter le projet final au client, en utilisant des techniques d'argumentation adaptées, afin d'assurer la livraison finale du projet de design visuel et digital</p>	<p>Projets professionnels en équipe présentés à l'oral</p> <p>Ces projets permettront d'évaluer la qualité des livrables finaux et les techniques de présentation orale</p>	<p>c16</p> <p>Le projet finalisé est conforme au cahier des charges. Il présente les livrables des créations fonctionnelles et graphiques réalisées : sites web, applications mobiles, supports de communication (publications), packaging...</p>

			<p>La présentation orale est convaincante et favorise l'adhésion du client.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Argumentation percutante - Prise en compte des remarques et questions de l'interlocuteur - Posture commerciale - Restitution exhaustive
Optimisation du projet de design visuel et digital	C17 : Proposer des évolutions fonctionnelles, sur la base du projet réalisé, afin d'ouvrir de nouvelles perspectives commerciales	<p>Projets professionnels en équipe présentés à l'oral</p> <p>Ces projets permettront d'évaluer les propositions d'évolutions sur le projet</p>	<p>c17</p> <p>Des évolutions graphiques ou fonctionnelles sont proposées sur le projet dans le but de l'optimiser.</p> <p>Ces propositions s'appuient sur les travaux réalisés et prennent en compte la problématique client.</p>
<p>A3 : Evaluation du projet</p> <p>Analyse de la performance</p> <p>Proposition d'améliorations</p>	C18 : Evaluer la performance globale du projet, en s'appuyant sur différents indicateurs (délai, budget, satisfaction client...), afin d'identifier des axes d'amélioration	<p>Projets professionnels en équipe présentés à l'oral</p> <p>Ces projets permettront d'évaluer les propositions d'actions d'améliorations sur le projet</p>	<p>c18</p> <p>L'ensemble des aspects du projet est étudié et mesuré par rapport aux attentes du cahier des charges (en matière de design graphique et fonctionnel notamment) et aux indicateurs de suivi établis (planning, délai, budget...).</p> <p>Les bonnes pratiques sont identifiées et les axes d'améliorations sont proposés.</p>

Pour valider la certification, les modalités d'évaluation suivantes sont définies :

- Stage(s) en entreprise
- Projet individuel de fin d'études

