

Référentiel de la certification « Directeur artistique en Design Graphique »



BLOC 1 : ANALYSER UNE DEMANDE D'UN COMMANDITAIRE EN DESIGN GRAPHIQUE

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>Activité 1 : Analyse des objectifs et des besoins du commanditaire sur un projet de design graphique</p> <p>- Veille artistique et technologique en design graphique</p>	<p>C1 : Conduire une veille en continu sur les tendances artistiques et techniques en création graphique et design, en utilisant des méthodologies de recherche et sources adaptées et en tenant compte du développement durable et de l'accessibilité s'appliquant aux productions du design, afin d'intégrer les évolutions dans la démarche créative des projets de design graphique</p>	<p>Projet 1</p> <p>A partir d'une problématique rencontrée par une entreprise sur un projet réel, le candidat positionné comme directeur artistique¹ doit proposer une analyse de la demande du commanditaire, du recueil de la demande jusqu'à la contractualisation. Le projet est présenté sur impression (A3 paysage) ou en format numérique projeté.</p> <p>Le candidat présente le projet devant un Jury d'évaluation composé de deux professionnels experts du design</p>	<p>Critère 1 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les tendances artistiques actuelles en design graphique sont identifiées (couleurs, formes, matériaux, éléments graphiques et typographiques, matériaux recyclables...). - Une veille technologique est exercée sur les moyens et outils de design graphique (découpe laser, logiciels, applications, techniques d'impression...). - Les recherches prennent en compte le développement durable : <ul style="list-style-type: none"> ○ au niveau des moyens utilisés pour réaliser les projets en design

¹ Il y a autant de projets que de candidats dans les équipes. Les candidats sont évalués uniquement sur le projet pour lequel ils occupent le rôle du directeur artistique. Ceci est valable pour chacun des blocs de compétences.

		<p>graphique (une personne interne et une personne externe à l'autorité certificative).</p> <p>- M1 : Le projet intègre les nouvelles tendances créatives artistiques et techniques résultant de la veille réalisée. Le candidat élabore :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ des planches tendances (couleurs, formes, matériaux, éléments graphiques et typographiques, tendances en matière de naming, de design...) ○ des planches d'inspiration (graphique, visuel...). <p>A l'oral devant le jury d'évaluation : le candidat présente les planches, explique les résultats de son travail de veille et justifie la méthodologie de recherche adoptée.</p> <p>- M2 : Le candidat effectue un premier recueil de l'information auprès du commanditaire et rédige un brief en restituant les besoins et objectifs du commanditaire.</p> <p>A l'oral devant le Jury d'évaluation : le candidat décrit les besoins et objectifs du commanditaire. Le candidat explique sa méthode de recueil des informations (écoute, processus de questionnement...).</p>	<p>graphique (produits d'impression utilisés, moindre utilisation des matériaux, recyclage, matériaux écologiques...)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ au niveau de l'impact des projets en limitant l'empreinte environnementale autant que possible <p>- Les techniques d'accessibilités tous publics sont repérées (audiodescription sur sites web, variation de couleurs, sous titrages...).</p> <p>- Les sources utilisées sont diversifiées et adaptées aux recherches réalisées (revues professionnelles, presse, acteurs du design, autres projets de design graphiques réalisés, salons professionnels...).</p>
--	--	--	---

		<p>- M3 : Le candidat restitue dans le brief ses échanges avec le commanditaire et les réajustements nécessaires sur le projet sont décrits.</p> <p>A partir des objectifs et besoins du commanditaire et des échanges eus, la problématique du projet est énoncée dans le brief.</p> <p>A l'oral devant le Jury d'évaluation : Le Jury interroge le candidat sur ses échanges avec le commanditaire. Il évalue le candidat sur la bonne formulation de la problématique.</p>	
<p>- Analyse de la demande du commanditaire</p>	<p>C2 : Recueillir la demande du commanditaire, en l'interrogeant sur son projet de design graphique, sur les contraintes liées au projet et le contexte de la demande, afin d'identifier ses besoins et objectifs et lui faire une proposition de projet adaptée</p>	<p>- M4 : Le candidat rédige une analyse de l'environnement du projet du commanditaire et positionne le projet du commanditaire sur son marché. L'analyse comprend les livrables suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Planches de présentation du ou des récepteurs présentant les différentes catégories de cibles du projet ○ Planche benchmark présentant les principaux concurrents ○ Etude de cas d'un concurrent sur un projet similaire (visuel, print ou digital, champ lexical, couleur rédactionnelle...) ○ Planche présentant les champs connexes au projet <p>Ces livrables sont argumentés à l'oral devant le Jury d'évaluation.</p>	<p>Critère 2 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le contenu de la demande est identifié : <ul style="list-style-type: none"> ○ Identification de la nature du projet (image de marque, publicité, game-art, édition, serious game...), des besoins du commanditaire, des objectifs et enjeux du projet et des récepteurs. ○ Identification des contraintes afférentes au projet (délai, budget du commanditaire, contraintes techniques...) ○ Identification de l'ADN de l'entreprise cliente (identité, culture de l'entreprise...) - Les documents sources provenant du client sont collectés (historique, charte graphique, positionnement de la marque...). - La méthode de recueil des informations est correctement appliquée : <ul style="list-style-type: none"> ○ Un processus de questionnement approprié est

		<p>- M5 : Le candidat vérifie la faisabilité du projet au regard de la nature du projet, des contraintes liées au projet et de son environnement. A l'oral devant le Jury d'évaluation, il justifie la faisabilité du projet et les alternatives à proposer en cas de non-faisabilité.</p> <p>- M6 : Le candidat élabore un devis sur le projet. Le devis comprend les honoraires de création et l'ensemble des coûts à prévoir sur la production à réaliser.</p>	<p>utilisé : langage compréhensible et adapté au commanditaire et aide auprès du commanditaire pour énoncer les besoins (mettre des mots sur les idées...)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ La demande du commanditaire est reformulée pour s'assurer de la bonne compréhension et traduite en « langage métier » dans un brief afin de la rendre compréhensible par l'équipe créative.
	<p>C3 : Accompagner le commanditaire dans sa réflexion par rapport au projet, tout en le sensibilisant aux problématiques environnementales et d'accessibilité et en lui décrivant les caractéristiques et étapes d'un projet de design graphique, afin de cerner la problématique du projet de design graphique</p>	<p>A l'oral devant le jury d'évaluation : le candidat présente et justifie le devis.</p>	<p>Critère 3 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le commanditaire est informé sur les différents moyens qu'il peut intégrer à son projet pour limiter l'impact environnemental (recyclage, utilisation et stockage des données...) et favoriser l'accessibilité du projet à tous les publics. - Des réponses sont apportées aux questions du commanditaire en faisant preuve de pédagogie dans les explications données (précision des attendus du design, d'un logo, d'une maquette...). - Une explication sur les différentes étapes de construction du projet est fournie au commanditaire. - Des réajustements sont réalisés pour aider à redéfinir les contours du projet (contenu créatif, supports...). - Une première estimation de la faisabilité de la demande est effectuée.

<p>- Etude de marché liée au projet de design graphique</p>	<p>C4 : Analyser l'environnement du commanditaire, en réalisant des études de marché et de concurrence, afin de le positionner sur le marché et d'ancrer le projet de design graphique dans son contexte</p>
<p>Activité 2 : Formalisation de la demande du commanditaire sur un projet de design graphique</p> <p>- Analyse de la faisabilité du projet</p>	<p>C5 : Analyser la demande du commanditaire, au regard du marché, du budget, des délais et des critères techniques, afin de vérifier et statuer sur la faisabilité de réalisation du projet de design graphique et de construire un projet pertinent et viable</p>

<p>Critère 4 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les informations fournies par le commanditaire sont recueillies. Il est interrogé sur son environnement (secteur d'activité, contexte socio-économique, concurrence...). Les concurrents et autres acteurs et parties prenantes sont identifiés. - Les récepteurs du message (personas) sont caractérisés (profils, comportements, attentes, besoins...). - Les informations fournies par le commanditaire sont approfondies par une analyse documentaire. - Une étude du secteur du commanditaire est réalisée dans son ensemble (acteurs, évolutions des tendances...). - Le commanditaire et son projet sont positionnés sur ce marché (en rupture ou non par rapport au marché) et des axes différenciants sont identifiés.
<p>Critère 5 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La faisabilité opérationnelle du projet de design graphique est évaluée à l'appui des critères techniques, financiers, organisationnels (délais, matériel...) et au regard de son environnement. - L'analyse de faisabilité détermine si la demande du commanditaire est réaliste. - Des alternatives sont proposées le cas échéant.

- Contractualisation du projet de design graphique

C6 : Contractualiser le projet, en prenant en compte l'ensemble des contraintes organisationnelles et matérielles, afin de sceller les fondements du projet et lancer la phase de conception du projet de design graphique

Critère 6

- Le contrat comprend la reformulation du brief et le découpage du projet en phases.

- Le devis est exhaustif dans son contenu, il comprend :

- les honoraires de création et les prestations proposées.
- le détail de la décomposition des tâches et phases du projet, la mention du temps passé et des outils / moyens utilisés.
- des prix réalistes par rapport au type de projet et au regard des prix pratiqués sur le marché.

BLOC 2 : CONCEVOIR UN PROJET DE DESIGN GRAPHIQUE

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>Activité 3 : Conception de propositions créatives</p> <p>- Recherche de concepts et axes créatifs</p>	<p>C7 : Explorer des concepts de développement de projet de design graphique, en employant des méthodes de recherche et techniques de créativité adaptées, afin d'identifier des axes créatifs autour de ce concept et en lien avec la demande du commanditaire</p>	<p>Projet 2</p> <p>A partir d'une problématique rencontrée par une entreprise sur projet réel, le candidat positionné comme directeur artistique doit proposer des solutions créatives au commanditaire, de la recherche et identification des axes créatifs jusqu'à la présentation de l'avant-projet avec des maquettes finalisées.</p> <p>Le candidat présente ses solutions créatives devant un Jury d'évaluation composé de deux professionnels experts du design graphique (une personne interne et une personne externe à l'autorité certificative).</p> <p>- M7 : Les résultats des recherches de concepts et d'axes créatifs sont présentés :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Réalisation de planches de recherche faite à main levée et en quantité 	<p>Critère 7</p> <p>- Différents outils, méthodes de recherche et techniques de créativité sont utilisés : brainstorming, champs sémantiques, mindmapping (carte heuristique), moodboard, mots clés, dictionnaire analogique...</p> <p>- Des concepts sont identifiés. Pour chacun d'eux, 3 axes créatifs sont identifiés. Ces axes créatifs sont innovants au regard du marché et respectent le contexte du projet et la demande du commanditaire.</p> <p>La conception du projet intègre dans sa réflexion une prise en compte du développement durable tant sur les aspects techniques du projet que sur la nature même du projet.</p> <p>- Cette recherche est effectuée de manière méthodologique, synthétique et chronologique suivant un processus chronologique d'entonnoir.</p> <p>- L'argumentaire est structuré et la représentation visuelle des informations est créative, lisible et compréhensible.</p>

<p>- Elaboration de la note d'intention</p>	<p>C8 : Elaborer une note d'intention incarnant les axes créatifs, en respectant la demande du commanditaire et en utilisant différents visuels de présentation, afin d'argumenter les propositions créatives et scénarios envisagés auprès du commanditaire</p>	<p>suffisante pour démontrer les 3 axes créatifs du projet</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Représentation des premières propositions créatives par le biais de supports graphiques (imprimés et/ou numériques) <p>Ces propositions sont présentées et les choix créatifs sont argumentés à l'oral au Jury d'évaluation. Les outils de recherche et la méthodologie utilisées pour l'identification des axes sont justifiés.</p> <p>- M8 : La note d'intention est élaborée sous formes de planches A3. Elle présente les 3 axes créatifs sous différents formats (texte, croquis, esquisses, maquettes d'étude...). Elle comprend les caractéristiques et modalités d'organisation du projet.</p> <p>- M9 : Le candidat élabore puis présente au Jury d'évaluation des planches de recherches A3 organisées par axe créatif distinct. Les planches comprennent les éléments suivants : Ambiance, univers colorimétrique, typographique, choix de matériaux, de supports, amorces de déclinaison d'identité visuelle, nombreuses</p>	<p>Critère 8</p> <ul style="list-style-type: none"> - La note d'intention comporte : <ul style="list-style-type: none"> ○ le contexte, la cible, les enjeux, le message ○ les expériences et compétences essentielles pour la réalisation du projet et forces de proposition ○ la définition du projet et les objectifs à poursuivre (explication de l'environnement du projet, compréhension de l'objectif...) ○ le traitement du projet, les 3 axes créatifs, les propositions, les idées ○ les moyens humains et matériels à engager, les solutions de communication, les choix de supports demandés par le commanditaire, mais aussi réorientés et mieux appropriés, de moyens... ○ les risques et les contraintes liés à ce projet. ○ Le devis et la planification du projet - Dans la note d'intention, chaque axe créatif est formalisé par une maquette qui peut prendre différentes formes visuelles : vidéo, dessins, croquis, esquisses, textes, matières, gammes couleurs, prise de notes... - La note d'intention doit matérialiser l'idée créative et refléter la demande initiale du commanditaire. - Sa forme doit être compréhensible, lisible, concise, attractive et soignée.
---	--	---	--

<p>Activité 4 : Développement des propositions créatives</p> <p>- Sélection des composantes artistiques et techniques du projet</p>	<p>C9 : Développer les propositions créatives, en les représentant sous forme de maquettes pour chacune des propositions, afin de définir les composantes artistiques et techniques du projet</p>	<p>recherches plastiques, graphiques, photographiques, utilisation d'outils divers, maquettes en volume, simulations de mise en situation (mock-up), sources d'inspiration, d'influences empruntées nommées et référencées, objets promotionnels envisagés.</p> <p>- M10 : Le candidat présente au Jury d'évaluation des planches A3 (visuels, volumes) chartées organisées par axe créatif distinct.</p> <p>Les choix d'axes et de maquettes associés sont argumentés.</p>	<p>Critère 9</p> <ul style="list-style-type: none"> - Des pré-maquettes sont réalisées. - Elles doivent permettre de se projeter sur le projet et visualiser la version définitive. - Elles doivent matérialiser les axes créatifs et la demande du commanditaire au regard des récepteurs. - Les maquettes doivent refléter les 3 axes créatifs distincts. - Les maquettes sont représentées sous différentes formes : planches, croquis, vidéo, esquisses réalisées à la main (dessin, collage, infographie...). - L'identité visuelle et ses composantes sont définies (typographie, iconographie, matériaux, couleurs et supports déterminés...). - Les outils informatiques sont utilisés (outils PAO, logiciels 3D, logiciels design...). - Au regard de la demande du commanditaire et de la nature du projet, l'accessibilité de tous les publics est prise en compte dans l'identification des pistes créatives.
<p>- Présentation des maquettes définitives au commanditaire pour validation des choix artistiques et techniques</p>	<p>C10 : Présenter les axes créatifs au commanditaire avec autant de maquettes que nécessaire, en faisant preuve de pédagogie et en utilisant des livrables clairs et de qualité, afin d'obtenir son adhésion définitive sur l'un des axes proposés et valider les choix techniques et artistiques</p>		<p>Critère 10 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les maquettes finalisées des différents axes créatifs sont présentées, décrites et expliquées au commanditaire. Des réponses sont apportées aux questions du commanditaire dans les documents de traçabilité du projet (comptes-rendus...). - Le vocabulaire professionnel et pédagogique est adapté au commanditaire.

--	--

- Les maquettes présentent une qualité technique de réalisation (qualité du découpage, qualité des supports, qualité des matériaux, lisibilité...).
- Le commanditaire se positionne sur l'un des axes créatifs.

BLOC 3 : DEVELOPPER ET METTRE EN PRODUCTION LE PROJET DE DESIGN GRAPHIQUE RETENU PAR LE COMMANDITAIRE

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>défini les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Activité 5 : Développement de l'axe créatif retenu - Affinement conceptuel, artistique et technique de l'axe créatif retenu	C11 : Agencer les éléments fondateurs visuels et rédactionnels du projet retenu par le commanditaire, en utilisant les outils PAO et les outils de prototypage, afin d'affiner la traduction créative	Projet 3 A partir d'une problématique rencontrée par une entreprise sur un projet réel, le candidat positionné comme directeur artistique doit développer l'idée retenue par le commanditaire et la mettre en œuvre. Les projets sont présentés sur impression (A3 paysage) ou en format numérique projeté. Le candidat présente le projet devant un Jury d'évaluation composé de deux professionnels experts du design graphique (personne en interne et personne externe à l'autorité certificative).	Critère 11 - Des ajustements sont effectués selon la demande du commanditaire. - La traduction créative est en adéquation par rapport à la demande du commanditaire. - Celle-ci est bien dans son époque voire prospective au niveau conceptuel, artistique et technique. - La traduction créative est innovante et audacieuse au regard de l'existant sur le marché. - Elle est esthétique. - Elle est compréhensible et matérialise l'idée retenue par le commanditaire. - Les outils PAO et de prototypage sont utilisés pour représenter le projet retenu.
- Structuration des choix techniques et artistiques	C12 : Structurer l'ensemble des composantes techniques du projet de design graphique, en définissant les modalités de production, afin de concrétiser le	- M11 : Le candidat présente et argumente à l'oral l'idée retenue et affinée, sous la forme de différents	Critère 12 : - Les modalités de production sont définies : <ul style="list-style-type: none"> ○ Choix du canal de communication adéquat entre l'émetteur et le

	projet retenu et le mettre en œuvre	<p>supports (planches, vidéos, maquettes, volumes...)</p> <p>- M12 : Le candidat présente et argumente à l'oral le projet qui est structuré sur le plan technique en fonction du medium et des médias retenus (planches, vidéos, maquettes, volumes...).</p> <p>- M13 : Le candidat élabore le planning et le présente devant le Jury d'évaluation. Le planning est imprimé par le candidat. Il justifie celui-ci (chronologie des étapes, tâches et attribution de celles-ci aux équipes créatives et autres professionnels intervenant sur le projet...).</p> <p>- M14 : Le candidat élabore et justifie son budget sous forme de tableau comprenant les coûts matériels humains (prestations...) et achats d'arts induits par le projet.</p> <p>- M15 : Le candidat présente un tableau de suivi de l'avancée de la production au regard du planning et du budget. Il justifie les écarts par rapport aux objectifs fixés initialement.</p>	<p>récepteur (papier, numérique, panneau publicitaire...)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Choix des caractéristiques physiques et techniques du support ○ Choix de l'intervention de professionnels externes (photographe, calligraphe, illustrateur...) <p>- Les modalités de production sont validées avec le commanditaire.</p>
Activité 6 : Mise en production du projet de design graphique	C13 : Mettre en place un retroplanning, en prenant en compte l'ensemble des contraintes financières et techniques, afin de planifier le projet et de respecter le délai de réalisation donné par le commanditaire		Critère 13 :
- Planification du projet			<p>- Les étapes et tâches sont décrites de manière chronologique et réaliste.</p> <p>- L'ensemble des contraintes logistiques, financières ou techniques sont intégrées dans le retroplanning fournisseurs.</p> <p>- Le phasage du projet de design graphique est validé par le commanditaire.</p> <p>- Le suivi du planning est assuré ainsi que la gestion des aléas de temps (délai de livraison...).</p> <p>- Les outils de gestion de planning sont utilisés (diagramme de Gantt...).</p>
- Planification budgétaire du projet	C14 : Répartir le budget selon les différents postes de coûts du projet de design graphique, en utilisant des outils de suivi budgétaire, afin de respecter		Critère 14 :
			<p>- La planification budgétaire prend en compte l'ensemble des coûts induits par le projet de design graphique : les prestations facturées, les coûts liés aux</p>

	<p>l'enveloppe donnée par le commanditaire</p>	<p>- M16 : Le candidat présente le projet final sous format informatique accompagné d'une maquette volume finalisée (2D , 3D) et / ou d'une maquette numérique.</p> <p>Le candidat argumente son projet auprès du jury d'évaluation.</p>	<p>droits d'auteur (du directeur artistique et prestataires extérieurs), le matériel, les achats d'art (photo à acheter à un photographe)...</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un tableau de suivi des dépenses est mis en place. - Le budget du commanditaire est respecté.
<p>- Supervision du projet</p>	<p>C15 : Piloter la mise en production, en utilisant les outils de suivi de planning et budgétaire, afin de garantir son bon déroulement et sa conformité par rapport à la demande initiale du commanditaire</p>		<p>Critère 15</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le suivi de la fabrication est effectué à l'aide d'outils de suivi (tableaux, réunions...) et au regard du planning et du budget alloués. - Le contrôle des créations imprimées et digitales (contenus, formats...) est effectué. - L'ensemble des contraintes de fabrication afférentes au projet (environnementales, accessibilité, techniques...) sont respectées. - Les réalisations sont conformes en quantité et en qualité à la commande initiale. - Les aléas sont pris en compte (problème d'impression, correction d'auteur, « coquilles », problème de contenu, mauvais support ou mauvais matériau, problème de développement informatique...) et des solutions adaptées sont identifiées. - Le commanditaire est tenu informé de l'avancée des travaux à travers des

		documents de traçabilité du projet (comptes-rendus...).
<p>- Livraison du projet au commanditaire</p>	<p>C16 : Présenter le projet finalisé au commanditaire, en justifiant les travaux réalisés et les écarts éventuels et en lui remettant les différents livrables, afin de lui permettre de les déployer et de les exploiter en autonomie</p>	<p>Critère 16 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les documents d'exécution (fichiers informatiques, film final, application numérique...) sont remis au commanditaire. - Les livrables sont remis de manière ordonnée et avec rigueur professionnelle (fichiers organisés, nommés, nettoyés...). - Le niveau de détail de la maquette volume finalisée montre l'aboutissement et l'exactitude du projet. Elle est propre et lisible (pliage, lignes, encre, découpage, collage....) et a été réalisée avec les outils adéquats (plioir, emporte-pièce, cutter-rotatif...). - La maquette numérique final a été réalisée avec les logiciels et outils numériques utilisés par les professionnels du design.

BLOC 4 : PILOTER LES EQUIPES CREATIVES ET TECHNIQUES DU PROJET DE DESIGN GRAPHIQUE

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>Activité 7 : Constitution de l'équipe créative et technique (équipes créatives internes et prestataires)</p> <p>- Sélection des équipes internes</p>	<p>C17 : Constituer l'équipe interne, au regard des compétences nécessaires sur le projet, afin de disposer des compétences nécessaires à la réalisation du projet</p>	<p>Projet 4</p> <p>A partir d'une problématique de pilotage d'équipe-projet rencontrée par une entreprise sur un projet réel de design graphique, les candidats se constituent en agence de design graphique fictive dirigé par le candidat en tant que directeur artistique.</p> <p>Une fiche-projet est remise au Jury de certification avec le détail de l'organisation du projet (rôle de chacun, compétences, organisation, fichiers partagés, planning, budget, responsabilité de chacun...).</p>	<p>Critère 17</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les compétences de chacun des membres de l'équipe sont bien identifiées. - Elles sont en lien avec les tâches à réaliser sur le projet. - Des explications sur les rôles et tâches de chacun sont fournies aux équipes. - L'équipe interne est informée des choix artistiques et techniques.
<p>- Sélection des équipes externes sur un projet de design graphique</p>	<p>C18 : Constituer l'équipe externe, au regard des compétences spécifiques au projet et du budget et planning du projet, afin de disposer des compétences nécessaires à sa réalisation</p>	<p>Le déroulement du projet en équipe est restitué à l'oral devant le jury de certification dans le cadre d'une analyse réflexive.</p>	<p>Critère 18 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les compétences spécifiques au projet sont identifiées (traduction, photographe, plasticien, typographe, profil technique, design sonore, infographie 3D, musicien...). - La recherche des prestataires s'appuie sur différents outils et sont adaptés en

		<p>- M17 : Le candidat répartit, en fonction des compétences de chacun, les rôles les plus en adéquation avec le projet et identifie les compétences manquantes à rechercher auprès de professionnels externes. La formalisation se fait à travers la fiche-projet et une présentation orale devant le jury de certification.</p>	<p>fonction de l'objectif du projet (réseau professionnel, internet...).</p> <p>- Les prestataires sont sélectionnés au regard du type de projet et des compétences nécessaires, et en respectant le budget et le planning afférents au projet.</p> <p>- Les prestataires sont informés des choix artistiques et techniques.</p>
<p>Activité 8 : Gestion des équipes créatives et techniques</p> <p>- Supervision des travaux des équipes</p>	<p>C19 : Coordonner les équipes créatives, en vérifiant les travaux à chaque étape du projet et en respectant le planning et le budget du projet, afin de s'assurer de la bonne réalisation du projet</p>	<p>- M18 : Le candidat présente les critères de choix des prestataires, collaborateurs et fournisseurs et répartit, en fonction des compétences de chacun, les rôles les plus en adéquation avec le projet. La formalisation se fait à travers la fiche-projet et une présentation orale devant le jury de certification.</p> <p>- M19 : Le candidat chef de projet énumère et explique à son équipe les livrables à produire et rappelle la demande initiale et l'objectif final. Il décrit ses outils et méthodes de coordination d'équipe devant le Jury de certification.</p> <p>- M20 : Le candidat chef de projet ses méthodes d'animation d'équipe et techniques de motivation utilisées (communication, responsabilisation des</p>	<p>Critère 19</p> <p>- L'activité des équipes créatives et techniques est planifiée (internes/externes) :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ des objectifs SMART (résultat final attendu), tâches, livrables à produire et délais leur sont affectés et expliqués dans un souci d'optimisation des compétences ○ des outils dédiés au travail d'équipe sont mis en place (plateforme d'échanges avec Trello, Drive... organisation de réunions régulières, outils de reporting...). <p>- L'état d'avancement et les travaux sont vérifiés à chaque étape du projet. Ceux-ci sont conformes à la demande d'origine du commanditaire (intégrité du projet).</p> <p>- Le contenu et les supports (charte graphique, couleurs, mise en page, typographie) sont respectés par les équipes.</p>

		<p>équipes...) auprès du jury de certification.</p> <p>- M21 : Le candidat chef de projet relate au Jury de certification les difficultés significatives rencontrées dans l'équipe (relationnelles, manque de ressources, charge de travail...) pendant le projet et les alternatives identifiées pour mener à bien le projet.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Des actions correctives sont attribuées aux équipes en cas de non-conformité. - Le vocabulaire s'adapte suivant les profils des personnes (techniques, créatives..). - Le commanditaire est tenu informé de l'avancée des travaux à travers des documents de traçabilité (comptes-rendus..).
<p>- Animation des équipes</p>	<p>C20 : Motiver les équipes créatives et techniques, en s'appuyant sur des outils et méthodes de travail collaboratifs, pour les fédérer autour du projet et garantir la cohésion d'équipe</p>		<p>Critère 20</p> <ul style="list-style-type: none"> - La communication systématique au sein de d'équipe est assurée et encouragée, à toutes les étapes du projet : <ul style="list-style-type: none"> o recueil et prise en compte des retours de l'équipe (informations, idées, ressenti, difficultés ...) o transmission d'informations (feed back...) - Les méthodes de travail collaboratives et liées à l'intelligence collective (brainstorming, mindmapping...) sont utilisées. - Chaque membre de l'équipe est responsabilisé avec des tâches à réaliser en autonomie.

<p>- Gestion des dysfonctionnements dans l'équipe</p>	<p>C21 : Gérer les dysfonctionnements dans les équipes créatives et techniques, en identifiant les causes puis des solutions alternatives, afin de maintenir et garantir un travail d'équipe efficace</p>	<p>Critère 21</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les causes des dysfonctionnements liés aux problèmes de ressources humaines et conflits interpersonnels sont identifiées. - Les conflits sont gérés avec communication et diplomatie vis-à-vis de l'équipe et du commanditaire. - Des solutions sont identifiées et mises en œuvre en cas de dysfonctionnement dans l'équipe (désistement de prestataire, conflit...). - Le bon déroulement du projet ne doit pas être impacté.
---	---	--

Validation de la certification

La certification d'un candidat est validée par le jury de certification et acquise dès lors que le candidat répond aux conditions suivantes :

- Avoir validé chacun des 3 premiers blocs de compétences lors de la soutenance devant les jurys d'évaluation
- Avoir validé le 4e bloc devant le jury de certification
- Avoir réalisé un stage de 25 semaines dans le domaine du design graphique et rédigé le rapport d'expérience de son stage
- Avoir une note minimale de 10/20 à la soutenance finale devant le Jury de certification (présentation finale des projets et du rapport d'expérience)

La certification fait l'objet d'un parchemin. Chaque bloc de compétence fait l'objet d'une évaluation indépendante avec remise de certificat.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap (PMR) :

Tous les blocs sont accessibles aux personnes à mobilité réduite selon la nature du handicap.

Dans le cas de déplacements à effectuer pour le projet, les personnes à mobilité réduite pourront être assistées d'une tierce personne et utiliser les outils de communication vidéo.