

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
1. DEFINIR UN CONCEPT CRÉATIF			
1.1 Analyse d'une stratégie de développement	1.1.1 Analyser les habitudes des publics ciblés de la marque/du client en comparant des études des pratiques des publics cibles à l'aide des outils PESTEL (dimensions politiques, économiques, sociales, écologiques et légales du projet proposé) pour définir les axes de développement de nouveaux services et contenus pour répondre aux besoins des clients en cohérence avec la stratégie voulue par la marque.	<p>Dans le cadre d'une activité déployée dans une organisation professionnelle ou dans un projet fictif ou réel réalisé avec un partenaire commanditaire, le candidat doit produire un dossier d'une vingtaine de pages analysant le contexte général d'une demande d'un commanditaire (entreprise, agence ou financeur) et le problème à résoudre par une solution design. Il le présente au jury à l'oral pendant une durée de 30 minutes en s'appuyant sur des slides visuels explicites et structurés : 15 minutes de présentation et de mise en perspective par le candidat et 15 minutes d'échanges avec le jury.</p> <p>Le dossier comprend les éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'analyse et la problématique centrale qu'une solution en design pourra résoudre pour le client et son public qui doit être appuyée : - sur une collecte d'informations et une automatisation de la veille, - sur des analyses liées aux habitudes des publics ciblés et des contextes des usages et des réceptions des contenus en général afin d'analyser les habitudes des publics ciblés par le commanditaire (1.1.1), - et par l'identification des enjeux professionnels, de la dynamique du marché et de la concurrence y compris pour les PSH (1.1.2). 	<p>1.1.1 Le candidat identifie et hiérarchise les domaines d'influence externes et internes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - il organise la collecte des informations, les automatise et actualise la veille, - il sait compiler, hiérarchiser et combiner ses sources, des données et des informations politiques, économiques, sociales, technologiques écologiques et législatives (PESTEL), - les liens entre les informations professionnelles, les études et enquêtes, les savoir fondamentaux des méthodologies sociologiques quantitatives et qualitatives ainsi que les points clés de la psychologie du comportement sont maîtrisés et mis en regard avec les besoins du commanditaire pour le modifier si besoin. - il synthétise les résultats observés et justifie les choix opérés.
	1.1.2 Identifier les enjeux professionnels, le marché et la concurrence du champ d'application de la marque/du client en précisant les tendances, les potentialités des technologies et les usages des publics visés pour amorcer une orientation à la stratégie de développement adaptée aux besoins de la marque/du client, notamment pour les PSH.	<p>1.1.2 Le candidat identifie les enjeux professionnels dans le domaine d'activité du commanditaire au cœur de la dynamique du marché et de sa concurrence afin de définir une orientation stratégique en fonction de ses besoins :</p> <ul style="list-style-type: none"> - cohérence du classement des données collectées par rapport à la demande initiale, - références pertinentes selon le projet, - restitutions synthétiques écrites et orales, - intégration des limites et des besoins des personnes en situation de handicap et des nécessités associées, 	

	<p>1.1.3 Guider le client/la marque pour définir les axes clés permettant la rédaction d'une problématique initiale à l'aide d'outils d'analyse adaptés (mindmapping, méthode agile, design thinking) afin d'identifier et de qualifier les besoins d'une cible, d'un public ou d'un type d'utilisateur pour être en mesure de faire des recommandations de développements créatifs, stratégiques et innovantes.</p>	<p>Ces deux points se concluent sur la présentation des axes clés appuyés par les analyses et la mise en place des outils et méthodes suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - mindmapping, - méthode agile, - design thinking. <p>Les analyses donnent lieu au développement stratégique du projet :</p> <ul style="list-style-type: none"> - identifications des enjeux professionnels, du marché et de la concurrence, - axes clés et recommandations stratégiques. <p>Il doit prendre en compte les situations rencontrées par les personnes en situation de handicap. (1.1.3)</p> <p>Ces analyses constituent la matière qui permet de définir les axes clés de sa stratégie de développement par le design en distinguant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la stratégie de communication à mettre en œuvre avec les mappings de positionnements marketing et communicationnel (1.2.1), - la stratégie créative permettant de résoudre les problèmes de l'utilisateur avec la méthodologie d'analyses UX (1.2.2), - et les éléments clés d'un design system à déployer (1.2.2). <p>Le candidat doit s'appuyer sur ses analyses et ses résultats pour chacune des étapes de présentation orale.</p>	<p>- compréhension du besoin du commanditaire et formulation d'une problématique à résoudre par une solution design.</p> <p>1.1.3 Le candidat guide le client pour la définition des axes clés :</p> <ul style="list-style-type: none"> - présentation des outils de travail mis en œuvre avec le commanditaire : - mindmapping, - méthode agile, - design thinking, - présentation de l'identification avec le client du ou des besoins du public visé, - présentation et explication des recommandations pour une stratégie adaptée au besoin du commanditaire. <p>La présentation orale doit mettre en évidence la pertinence de la solution imaginée et proposée en utilisant des arguments clairs et concis pour convaincre le jury de l'efficacité de la stratégie de développement.</p>
<p>1.2 Définition d'une stratégie de communication, d'une stratégie créative et d'un design system pour définir le concept créatif permettant de développer l'activité d'un commanditaire</p>	<p>1.2.1 Définir la stratégie de communication de la proposition recommandée en prenant en compte son positionnement marketing et communicationnel à l'aide de l'analyse d'indicateurs pour définir son positionnement créatif dans le marché ciblé.</p>	<p>Le candidat doit s'appuyer sur ses analyses et ses résultats pour chacune des étapes de présentation orale.</p>	<p>1.2.1 Le candidat définit la stratégie de communication pour proposer un positionnement créatif :</p> <ul style="list-style-type: none"> - intégration explicite du positionnement du client sur le marché avec présentation des mappings de positionnement, - collecte, hiérarchisation et exploitation des informations nécessaires à la stratégie de communication : les sources sont justifiées, - assemble et analyse des indicateurs des enquêtes réalisées avec prise en compte des indicateurs clés du public ciblé : degré de motivation, de disponibilité, de compréhension et d'usages : des tableaux synthétiques avec les données clés sont présentés, Prise en compte des publics en situation de handicap explicitée.

	<p>1.2.2 Définir la stratégie créative permettant de résoudre les problèmes rencontrés par les usagers :</p> <ul style="list-style-type: none">- mise en œuvre des méthodologies de l'UX Design,- intégrer, interpréter, hiérarchiser et exploiter des informations de manière adéquate, <p>afin d'être en mesure de proposer un service, un outil ou une marque apportant des solutions à la problématique des usagers, inscrit dans un design system général.</p>		<p>1.2.2 Le candidat élabore la stratégie créative pour résoudre des problèmes UX (usages et expériences par le public usager) et proposer un design system :</p> <ul style="list-style-type: none">- il maîtrise des méthodes de travail de l'UX design,- il analyse et délimite des informations, les interprètes et intégrant des données dans la réponse stratégique et créative,- il propose de service/d'outils à même de résoudre le problème du client ou de l'utilisateur,- le champ de production, sein de manière cohérente inscrit dans une dynamique maîtrisée,- il prend en compte des situations de handicaps éventuellement rencontrées dans la définition de sa solution et propose des solutions adaptées. <p>Pour tous ces éléments, le dossier fait état des études, consultées, des analyses réalisées, des méthodologies en UX research et UX design mises en place avec présentation des résultats comparatifs pour une mise en regard des propositions et les résultats obtenus.</p>
--	---	--	---

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
2. CONCEVOIR UN PROJET CRÉATIF EN DIRECTION ARTISTIQUE (option 1)			
2.1 Définition du cahier des charges avec le commanditaire	2.1.1 Appliquer des règles de priorité de travail dans la gestion du projet pour respecter les délais et les budgets en assurant la qualité du projet artistique pour définir son positionnement créatif dans le marché ciblé.	<p>Dans le cadre d'une activité déployée dans une organisation professionnelle ou dans un projet fictif ou réel réalisé avec un partenaire commanditaire, un rapport de l'activité professionnelle est réalisé et présenté à l'écrit. De 20 à 30 pages, il est composé de texte et de visuels produits par le candidat. Il doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> - inclure de trois à cinq présentations de projets réalisés en expliquant les enjeux et les objectifs de ces projets ainsi que les résultats obtenus. <p>Pour chacun, il est nécessaire de présenter les règles de priorité dans la gestion des projets et le décomposer, les tâches spécifiques pour chacun d'entre eux, sans oublier les points-clés liés au nécessité de s'adresser aux personnes en situation du handicap (2.1.1 et 2.1.2)</p>	<p>2.1.1. Application des règles de priorité dans la gestion du projet:</p> <ul style="list-style-type: none"> - le candidat identifie les besoins, anticipe l'organisation nécessaire, déroule un planning, un organigramme et un budget permettant d'assurer la mise en œuvre du projet, - le positionnement créatif dans le marché ciblé est clairement défini et aligné avec les objectifs du projet.
	2.1.2 Contextualiser les contraintes en décomposant les tâches spécifiques pour attribuer les responsabilités et les ressources appropriées afin d' être en mesure de proposer un service, un outil ou une marque permettant la résolution de la problématique des usagers.		<p>2.1.2 Contextualisation des contraintes par la décomposition des tâches :</p> <ul style="list-style-type: none"> - le candidat décompose les tâches spécifiques de manière à attribuer les responsabilités et les ressources appropriées, - il explicite clairement comment son projet résout efficacement la problématique des usagers en tenant compte de l'accessibilité et des PSH, du contexte et des contraintes du projet.
2.2 Élaboration d'une direction artistique cohérente pour le projet	2.2.1 Traduire la stratégie créative en une direction artistique avec un concept graphique, visuel et audiovisuel cohérent à l'aide d'un prototype créatif : présentation des axes clés de la proposition, de la charte graphique, de l'identité visuelle s'inscrivant dans un business model pertinent et convaincre de la justesse des propositions en français comme en langue anglaise pour	<ul style="list-style-type: none"> - présenter une synthèse des expériences professionnelles mettant en avant les compétences dans la traduction de la stratégie créative en une direction artistique et en un concept graphique, visuel et audiovisuel (2.2), - Il doit y avoir une ventilation entre les travaux individuels et des productions de groupe (au moins deux pour chaque). - Un projet devra être présenté en anglais à l'écrit comme à l'oral (2.2). 	<p>2.2.1 Le candidat traduit la stratégie créative, définit la direction artistique qui va être retenue et réalise un prototype créatif :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la structuration de la stratégie de diffusion de l'ensemble des créations à réaliser sur les supports pertinents définis est défendue et argumentée, - définition du cadre structurant des productions à réaliser : charte graphique, identité visuelle, design system sont argumentés et expliqués, - les interactions entre supports en complémentarité sont formulés et argumentés.

	<p>élaborer un concept créatif central pouvant se déployer sur tous les supports.</p>	<p>- Deux projets au minimum doivent avoir été réalisés au sein d'une organisation professionnelle sous la forme de stage, de contrats d'apprentissage, de freelance, de CDD ou CDI et avoir fait l'objet d'une rémunération.</p> <p>Pour chaque projet sont détaillés :</p> <p>- la mise en œuvre des règles de priorité, le retroplanning et la gestion des aléas et des imprévus (2.1.1),</p> <p>- l'organigramme et le détails des tâches qui ont été effectuées avec les rôles de chacun des collaborateurs sur les projets (2.1.2 et 2.3.1)</p> <p>- les ressources matérielles et logiciels nécessaires pour la bonne mise en œuvre du travail et la manière dont ils ont été utilisés (2.3.2).</p> <p>Au sein du rapport, les projets qui ont fait l'objet d'une rémunération doivent être évalués par le supérieur hiérarchique qui explicite les compétences acquises par le candidat pendant sa professionnalisation en s'appuyant sur les missions confiées et les résultats obtenus ainsi que sur l'analyse réflexive du candidat et sa progression.</p>	<p>- les dimensions financières liées à l'ensemble de ses propositions sont explicités.</p> <p>Le candidat s'exprime clairement et sait convaincre en français comme en anglais.</p>
<p>2.3 Estimation des ressources nécessaires (humaines, matérielles, financières)</p>	<p>2.3.1 Évaluer les besoins en personnel et en compétences afin d'identifier les profils nécessaires et les besoins de formation</p>	<p>2.3.1 Évaluation des besoins en personnel et en compétences</p> <p>- capacité à identifier les compétences nécessaires : le candidat doit identifier et prioriser les compétences nécessaires pour le projet. Ce processus doit être clair et justifié en fonction des exigences du projet,</p> <p>- justesse de l'estimation des besoins en personnel : l'estimation des ressources humaines, en termes de nombre de personnes et de profils requis, doit être précise et adaptée au projet,</p> <p>- efficacité de la planification de formations : le candidat doit être capable de planifier et d'organiser des formations pour développer les compétences nécessaires au sein de l'équipe.</p>	
	<p>2.3.2 Planifier des ressources matérielles et logicielles :</p> <ul style="list-style-type: none"> - pour tenir compte des besoins spécifiques, - des contraintes techniques, - et des évolutions technologiques afin d'optimiser l'utilisation des ressources. 		<p>2.3.2 Planification des ressources matérielles et logicielles</p> <ul style="list-style-type: none"> - pertinence de l'identification des ressources : les ressources matérielles et logicielles identifiées par le candidat sont détaillées pour la mise en œuvre du projet et tiennent compte des besoins spécifiques et des contraintes techniques, - capacité à adapter la planification des ressources : le candidat démontre qu'il peut réajuster la planification des ressources en fonction des évolutions technologiques, - anticipation des besoins futurs en ressources : le candidat démontre qu'il a pensé à anticiper les besoins futurs en ressources en fonction de l'évolution des technologies et des exigences du projet.

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
3. CONCEVOIR UN PROJET CRÉATIF EN PRODUCT DESIGN (option 2)			
3.1 Définition du cahier des charges avec le commanditaire	3.1.1 Appliquer des règles de priorité de travail dans la gestion du projet pour respecter les délais et les budgets en assurant la qualité du projet artistique en product design pour définir son positionnement créatif dans le marché ciblé.	<p>Dans le cadre d'une activité déployée dans une organisation professionnelle, ou dans un projet fictif ou réel réalisé avec un partenaire commanditaire, un rapport d'activité professionnelle est présenté à l'écrit. De 20 à 30 pages, il est composé de textes et de visuels produits par le candidat. Il doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> - présenter une synthèse des expériences professionnelles mettant en avant les compétences dans la traduction de la stratégie créative dans des productions créatives en product design (3.2), - inclure de trois à cinq présentations de projets réalisés en expliquant les enjeux et les objectifs de ces projets ainsi que les résultats obtenus. - Il doit y avoir une ventilation entre les travaux individuels et des productions de groupe (au moins deux de chaque). Un projet 	<p>3.1.1 Application des règles de priorité dans la gestion du projet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le candidat anticipe la préparation pour appliquer efficacement les règles de priorité afin de respecter les délais et les budgets tout en assurant la qualité du projet artistique en product design. - Son positionnement créatif dans le marché ciblé est clairement défini et aligné avec les objectifs du projet. - Il présente les interactions entre les dimensions marketing, technologiques et créatives du projet. - il sait anticiper les difficultés dans l'organisation générale de la mise en œuvre. Il apporte des exemples en explicitant sa place et son rôle dans les équipes projets.
	3.1.2 Contextualiser les contraintes en décomposant les tâches spécifiques pour attribuer les responsabilités et les ressources appropriées afin d'être en mesure de proposer une solution permettant la résolution de la problématique des usagers.		<p>3.1.2 Contextualisation des contraintes par la décomposition des tâches :</p> <ul style="list-style-type: none"> - le candidat décompose les tâches spécifiques de manière à structurer le travail et attribuer les responsabilités et les ressources appropriées. - Il explicite clairement comment son projet résout efficacement la problématique des usagers, en tenant compte de l'accessibilité et des PSH, du contexte et des contraintes du projet.

<p>3.2 Traduction des stratégies de développement et des stratégies créatives pour les déployer et les communiquer dans un design system</p>	<p>3.2 Traduire la stratégie du commanditaire avec une identité visuelle cohérente sur tous les supports pertinents en complémentarité et en cohérence pour élaborer un design system complet et savoir le présenter en français et en anglais.</p>	<p>devra être présenté en anglais à l'écrit comme à l'oral (3.2).</p> <p>Deux projets au minimum doivent avoir été réalisés au sein d'une organisation professionnelle sous la forme de stage, de contrats d'apprentissage, de freelance, de CDD ou CDI et avoir fait l'objet d'une rémunération.</p> <p>Pour chaque projet sont détaillés :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la mise en œuvre des règles de priorité, le retroplanning et la gestion des aléas et des imprévus (3.1.1), - les ressources matérielles et logiciels nécessaires pour la bonne mise en œuvre du travail et la manière dont ils ont été utilisés (3.3.2), - l'organigramme et le détails des tâches qui ont été effectuées avec les rôles de chacun des collaborateurs sur les projets (3.1.2), 	<p>3.2 Le candidat traduit la stratégie créative et réalise un prototype créatif en product design</p> <ul style="list-style-type: none"> - il décompose de manière détaillée les collaborations avec le service marketing et le service commercial pour définir le branding, - il présente les identités visuelles et graphiques créés en mettant en avant la proposition de valeur du produit ou du service à déployer pour être en mesure de proposer une stratégie créative pertinente, - il définit le cadre structurant des propositions de production à réaliser pour cela : - il propose et défend des axes d'identité visuelle et de contenus adaptés aux usagers et aux propositions de valeurs, <ul style="list-style-type: none"> - il structure des chemins d'usage et la relation avec les utilisateurs en présentant les structures de ses analyses pour les interfaces (UI design), - il explicite des services qui seront à associer à la marque au produit ou au service à travers plusieurs propositions adaptées aux supports définis. <p>Dans ce cadre, le jury apportera un regard sur la présentation du candidat à l'oral et dans son dossier, mais aussi sur retours d'évaluation du tuteur lors de l'expérience en entreprise</p>
<p>3.3 Estimation des ressources nécessaires (humaines, matérielles, financières)</p>	<p>3.3.1 Évaluer les besoins en personnel et en compétences afin d'identifier les profils nécessaires en tenant compte des compétences existantes et des besoins de formation.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - le candidat doit également réfléchir à sa propre évolution professionnelle et mettre en perspective sa capacité à s'adapter aux évolutions du marché et des technologies (3.3.1). - Au sein du rapport, les projets qui ont fait l'objet d'une rémunération doivent être évalués par le supérieur hiérarchique qui explicite les compétences acquises par le candidat pendant sa professionnalisation, en s'appuyant sur les missions confiées et les 	<p>3.3.1 Évaluation des besoins en personnel et en compétences :</p> <ul style="list-style-type: none"> - capacité à identifier et apprécier les compétences nécessaires : le candidat doit identifier et prioriser les compétences nécessaires pour le projet. Ce processus doit être justifié en fonction des exigences du projet, - justesse de l'estimation des besoins en personnel : l'estimation des ressources humaines (nombre de personnes et profils requis) doit être précise et adaptée au projet pour ses dimensions créatives et technique, - efficacité de la planification de formations : le candidat doit être capable de planifier et d'organiser des formations pour développer les compétences nécessaires au sein de l'équipe.

	<p>3.3.2 Planifier des ressources matérielles et logicielles</p> <ul style="list-style-type: none">- pour tenir compte des besoins spécifiques,- des contraintes techniques,- et des évolutions technologiques, <p>afin d'optimiser l'utilisation des ressources</p>	<p>résultats obtenus, ainsi que sur l'analyse réflexive du candidat.</p>	<p>3.3.2 Planification des ressources matérielles et logicielles :</p> <ul style="list-style-type: none">- les ressources matérielles et logicielles identifiées par le candidat sont anticipées pour la bonne tenue du projet et tiennent compte des besoins spécifiques et des contraintes techniques,- le candidat démontre qu'il peut réajuster la planification des ressources en fonction des évolutions technologiques,- le candidat démontre qu'il a pensé à anticiper les besoins futurs en ressources en fonction de l'évolution des technologies et des exigences du projet.
--	---	--	--

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
4. MANAGER ET PILOTER UN PROJET EN DESIGN GRAPHIQUE ET VISUEL			
4.1 Manager et fédérer une équipe pour mettre en œuvre un projet de design graphique et visuel	4.1.1 Maîtriser les différentes étapes et contraintes de la réalisation d'un projet pour être en mesure de coordonner les acteurs et les partenaires extérieurs à partir du cahier des charges défini afin d'ajuster les compétences pour optimiser le travail de chacun et garantir sa bonne mise en œuvre.	<p>Dans le cadre d'une activité réalisée au sein d'une organisation professionnelle ou dans un projet fictif ou réel réalisé avec un partenaire commanditaire un dossier de travaux est présenté sous une forme imprimée et à l'oral pendant 30 minutes : 15 minutes par le candidat seul suivi de 15 minutes d'échanges avec le jury. Il permet l'évaluation de la capacité du candidat à coordonner et planifier les différentes phases d'un projet de design, à gérer une équipe de collaborateurs, ainsi qu'à collaborer avec des équipes pluridisciplinaires.</p> <p>Son dossier et son oral doit inclure :</p> <ul style="list-style-type: none"> - une présentation de la vision de la stratégie du projet au sein d'une organisation professionnelle en expliquant le positionnement du commanditaire, sa stratégie de développement, sa stratégie de communication et sa stratégie créative ainsi que les réponses qui ont été apportées par le projet de design validé (4.1.1), - un retroplanning détaillant les objectifs clarifiés des performances collectives ainsi que les objectifs intermédiaires ou « jalons » (4.1.1), - un organigramme projet définissant clairement les rôles de chacun et s'assurant que chacun les comprend (4.1.1), 	<p>4.1.1 Le candidat coordonne et planifie les étapes du projet. Il présente :</p> <ul style="list-style-type: none"> - le positionnement du commanditaire, - sa stratégie de développement, - la stratégie de communication et la stratégie créative à déployer, - les réponses qui vont être apportées par le projet de design validé. <p>Présentation d'un retroplanning constitué faisant état :</p> <ul style="list-style-type: none"> - des objectifs clarifiés des performances collectives, - des objectifs intermédiaires ou « jalons ». <p>Présentation d'un "organigramme projet" qui définit clairement les rôles de chacun et la répartition des tâches entre les équipes.</p>
	4.1.2 Manager les équipes avec des méthodes efficaces, un vocabulaire compris de tous et des objectifs clairs et assurer un climat de travail favorable et bienveillant et qui prend en compte les éventuels handicaps des collaborateurs afin de déployer un projet jusqu'à sa réalisation finale.	<p>4.1.2 Le candidat a été mis en situation d'action de management durant sa formation sous des formes réelles et fictives. Il en présente une mise en perspective dans ce cadre au sein de son dossier de travaux comprenant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la constitution d'un retroplanning faisant état : <ul style="list-style-type: none"> - des objectifs clarifiés des performances collectives, - des objectifs intermédiaires ou « jalons ». - la constitution d'un "organigramme projet" qui définit clairement les rôles de chacun, - l'évaluation d'un plan managérial visant à optimiser la coopération (programmation des réunions de travail), 	

		<ul style="list-style-type: none"> - un plan managérial visant à optimiser la coopération avec une programmation des réunions de travail incluant une présentation des moyens mis en œuvre pour développer les compétences de chacun des collaborateurs au plus près de leurs aspirations, pour que chacun se sente reconnu dans ses apports au collectif (4.1.2), - des preuves de la mobilisation des compétences de chacun au sein des équipes, en présentant des exemples de collaboration des compétences (4.1.2), - une présentation des moyens mis en œuvre pour coordonner et planifier les étapes du projet avec les équipes en charges des productions en design graphique et visuel (4.2.1) mais aussi avec les prestataires externes (4.2.2), - une prise en compte des éventuels handicaps des collaborateurs, avec la mise en place d'un planning de travail adapté et le développement d'outils adéquats (4.2.1). <p>Le projet de design présenté par le candidat doit inclure des éléments concrets tels que des prototypes, des maquettes et des réalisations visuelles et graphiques.</p> <p>Les évaluateurs prendront en compte de manière centrale la capacité du candidat à gérer une équipe en mode collaboratif, à coordonner et planifier les différentes phases du projet y compris avec des PSH (4.2.1), ainsi qu'à collaborer avec des équipes pluridisciplinaires (4.2.2).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - la preuves de la mobilisation des compétences individuelles au sein des équipes (collaboration des compétences). - l'évaluation des moyens d'amélioration en continu du fonctionnement des équipes, - l'évaluation des moyens mis en œuvre pour développer les compétences de chacun des collaborateurs. La prise en compte des éventuels handicaps des collaborateurs pour mettre en place un planning de travail adapté et le développement d'outils adéquats. Ce document est obligatoire. <p>Le jury le questionne sur la manière dont les compétences individuelles ont été déployées et valorisées au sein des groupes pour créer des collectifs efficaces ainsi que les difficultés rencontrées et les moyens mis en œuvre pour les résoudre.</p>
<p>4.2 Coordonner les étapes de réalisation dans le cadre d'un projet de design en équipe</p>	<p>4.2.1 Coordonner et planifier les différentes phases de la réalisation du projet par les équipes en s'appuyant sur leurs compétences techniques en création visuelle (graphisme, illustration, montage vidéo, UX design, conception digitale, etc.) et en déroulant des étapes adaptées pour les PSH afin de donner une cohérence globale au projet de design permettant à la stratégie de se mettre en œuvre.</p>		<p>4.2.1 Le candidat coordonne et planifie les étapes du projet :</p> <ul style="list-style-type: none"> - présentation de la répartition des tâches entre les équipes, - bilan présentant la manière dont les compétences individuelles ont été déployées et valorisées au sein des groupes pour créer des collectifs efficaces, - présentation des retroplannings et des ajustements qui ont été nécessaires en expliquant pourquoi, - analyse d'un ou de plusieurs imprévus et de gestions des aléas, - ajustement pour les PSH.
	<p>4.2.2 Collaborer avec des partenaires externes et des prestataires (équipes marketing, spécialistes de la communication digitale et des réseaux sociaux, spécialiste de la relation client etc.) en combinant leurs expertises respectives afin d'assurer la conformité et la qualité du projet de design à réaliser.</p>		<p>4.2.2 Le candidat démontre sa capacité à collaborer avec des profils d'autres disciplines : informaticien, profil business marketing, spécialiste de la stratégie digitale, etc. et sa capacité à combiner leurs expertises respectives afin de mener à bien le projet design à réaliser.</p> <p>Pour cela il explicite avec précision les compétences professionnelles de chaque profil et indique le champ d'activité et d'intervention de chacun dans le cadre de la mise en œuvre des productions.</p>

<p>4.3 Piloter la mise en œuvre de la production de la stratégie créative définie</p>	<p>4.3.1 Gestion du déploiement technique et des éléments graphiques et visuels de la production :</p> <ul style="list-style-type: none"> - maîtrise des logiciels et les outils de production numérique ad hoc (suite Adobe, Figma, C4D, etc.) - mise en place des ressources nécessaires pour la mise en production du projet, - respect des bonnes pratiques graphique et visuelles liées aux supports de production et aux contraintes, techniques de réalisation et de diffusion, pour être en mesure de piloter le projet dans ses dimensions techniques de production. 	<p>4.3 Dans le cadre d'une activité réalisée au sein d'une organisation professionnelle ou dans un projet fictif ou réel réalisé avec un partenaire commanditaire un dossier de travaux est présenté sous une forme imprimée et à l'oral pendant 30 minutes : 15 minutes par le candidat seul suivi de 15 minutes d'échanges avec le jury. Le candidat présente la mise en œuvre du pilotage d'un projet de design graphique et visuel.</p> <ul style="list-style-type: none"> - un rapport structuré rend compte de son activité professionnelle. Il explicite : - sa maîtrise des principaux logiciels en création visuelle et graphique et des outils de production numérique ad hoc pour produire des créations adaptées au projet (4.3.1), - ses connaissances des nécessités techniques liées à l'application du projet en respectant le concept défini, le budget et les délais et la mise en œuvre de la stratégie définie pour la marque, le service ou le produit (4.3.1), - la planification, le suivi et le contrôle des différentes étapes de la réalisation en utilisant une démarche de design thinking qui intègre cinq grandes étapes de travail en collaboration : définir, imaginer la solution, synthétiser les besoins, prototyper, tester (4.3.2) - le suivi concernant le respect du projet du budget et des délais (4.3.3) - l'optimisation des moyens de production et l'adaptation au fur et à mesure du projet (4.4.1 et 4.4.2). 	<p>4.3.1 Le candidat organise et constitue la chaîne de production (logiciels, outils de production numériques et ressources humaines) dans le cadre de la mise en œuvre d'un projet de design dont il a la responsabilité :</p> <ul style="list-style-type: none"> - preuve de la maîtrise des principaux logiciels en création visuelle et graphique qui domine le marché et/ou qui ont été utilisés sur le projet, - preuves de la production et du suivi des équipes lors de la création graphique <i>ad hoc</i> en utilisant les logiciels et les outils de production numérique adaptés, - preuve du respect des contraintes techniques et artistiques du projet en cours, - il fait preuve d'une capacité d'adaptation en fonction des besoins et des évolutions du projet, - il démontre qu'il a supervisé et participé activement aux réunions d'équipe et aux échanges avec les autres membres du projet afin de favoriser une collaboration efficace du point de vue technique.
	<p>4.3.2 Planifier, suivre et contrôler les différentes étapes de la réalisation en s'appuyant sur une démarche de design thinking qui intègre cinq grandes étapes de travail en collaboration : définir, imaginer la solution, synthétiser les besoins, prototyper et tester pour être en mesure de piloter le projet dans ses dimensions stratégiques.</p>		<p>4.3.2 Le candidat organise la réalisation du projet :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la production a été planifiée et contrôlée, - la réalisation des productions s'est appuyée sur le design thinking et ses 5 grandes étapes : <ul style="list-style-type: none"> - définir : la phase d'idéation est présentée, - imaginer la solution, - synthétiser les besoins, - prototyper : des exemples sont présentés, - tester : des preuves des tests utilisateurs sont apportés, - la finalisation du projet a été assurée : le résultat final est présenté en détail. - Il démontre sa capacité collecter l'ensemble des informations, les mesurer, combiner les éléments à analyser, concevoir sa stratégie à partir des éléments, organiser son projet et soutenir sa position. - Il démontre qu'il a supervisé et participé activement aux réunions d'équipe et aux échanges avec les autres membres du projet afin de favoriser une collaboration efficace du point de vue stratégique.

	<p>4.3.3 Veiller à l'application du brief initial (respect et fidélité du concept défini initialement) en respectant le budget et les délais pour accomplir les créations en respectant le cahier des charges.</p>	<p>Présentation d'un projet de groupe : présentation écrite d'une dizaine de pages + portfolio et soutenance orale de 15 minutes + 15 minutes d'échanges avec le jury en français et en anglais Le candidat présente en français et en anglais :</p> <ul style="list-style-type: none"> - son rôle et ses contributions dans la production de groupe - Il explicite l'utilisation des logiciels de production pour produire les créations adaptées au projet (4.3.1), - des créations répondant aux exigences du client et/ou du cahier des charges mise en œuvre avec les méthodes de travail du design thinking (4.3.2), 	<p>4.3.3 Le candidat a veillé à l'application du projet défini, au respect du budget et des délais :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Il apporte la preuve de la création et des ajustements des rétroplannings, - Il analyse d'un ou de plusieurs imprévus et de gestions des aléas.
<p>4.4 Contrôle de la qualité des productions réalisées</p>	<p>4.4.1 Vérifier le bon usage par les collaborateurs des logiciels et des outils de production numérique pour produire les créations adaptées au projet afin d'assurer la mise en œuvre de la chaîne de production graphique et visuelle.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - il démontré sa capacité à travailler en équipe et à coordonner les différents intervenants afin de mener à bien la réalisation du projet (4.4.2) <p>Portfolio de travaux</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le candidat a produit un portfolio complet qui rend compte de son travail personnel. Il présente plusieurs productions artistiques visuelles et graphiques réalisées pour des commanditaires réels et fictifs. Sont systématiquement présentés le brief initial, le budget défini, les différentes étapes de la réalisation, les moyens techniques et humains mis en œuvre, les spécificités déployées pour les PSH et l'ensemble de fonctionnalités et des aspects esthétiques des réalisations. Le portfolio vient compléter des compétences qui n'auraient pas été suffisamment mises en œuvre dans certains projets présentés par le candidat. 	<p>4.4.1 Le candidat a suivi le travail des collaborateurs pour optimiser le rapport temps/personne. Il apporte les preuves qu'il a optimisé les modes de production parmi plusieurs solutions possibles de manière stratégique pour rationaliser les coûts et adapter les outils et leur mise en œuvre. Il présente un tableau comparatif avec les outils possibles, les solutions envisagées et les coûts associés.</p>
	<p>4.4.2 suivre la bonne mise en œuvre de la stratégie créative définie en s'assurant que les productions réalisées soit conforme aux exigences techniques et esthétiques pour s'assurer de la justesse du projet.</p>		<p>4.4.2 Le candidat apporte les preuves qu'il a suivi la mise en œuvre des projets, tout au long des étapes de production :</p> <ul style="list-style-type: none"> - preuve des étapes, présentation de bilan, de mails, etc. proposant des ajustements, - preuve d'évaluation des moyens mis en œuvre pour développer les compétences de chacun des collaborateurs et adapter le travail pour les personnes en situation de handicap.

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
5. ÉVALUER L'IMPACT D'UN PROJET DE DESIGN GRAPHIQUE ET VISUEL ET L'AJUSTER			
5.1 Évaluation de l'impact du projet de design déployé	5.1. Évaluer les effets des productions créatives déployées en utilisant les techniques d'entretiens qualitatifs et quantitatifs et les enquêtes externes, en identifiant les indicateurs de performances et en exploitant des data données pour permettre l'identification des points peu ou non-productifs de la stratégie déployée et analyser les KPIs pour mesurer l'efficacité de la stratégie déployée par le projet de design.	Présentation du rapport d'activité professionnelle A partir d'une mise en situation professionnelle dans le cadre de l'entreprise support à l'alternance ou dans le cadre d'un projet fictif mis en avant dans des conditions similaires au réel, le candidat réalise un rapport d'activité d'un projet individuel à l'écrit : - présentation de l'activité professionnelle du candidat, y compris les missions réalisées, les projets menés et les compétences développées, - analyse des résultats des missions et projets, en se concentrant sur l'utilisation des techniques d'entretiens qualitatives et quantitatives, la collecte et l'analyse des données, l'identification des indicateurs de performances et l'utilisation des KPI pour mesurer l'efficacité de la stratégie créative. D'autres techniques peuvent être présentés. (5.1 et 5.2) - Présentation des recommandations et des améliorations proposées pour la stratégie créative, en tenant compte des contraintes du client (budget, temps) et des évolutions du marché (5.3)	5.1 Le candidat examine et évalue les productions réalisées : - il sélectionne et applique les techniques d'entretiens qualitatifs et quantitatifs appropriées pour évaluer les effets des productions créatives déployées, - il identifie les indicateurs de performances pertinents pour mesurer l'efficacité de la stratégie créative déployée, - il collecte, analyse et exploite les données nécessaires pour permettre l'identification des points peu ou non-productifs de la stratégie créative déployée, - il utilise des indicateurs de performance (KPIs) pour mesurer l'efficacité de la stratégie créative et en tirer des conclusions pour l'optimisation de la chaîne de production graphique.
5.2 Identifications des actions peu performantes en vue de leur actualisation	5.2 Mesurer l'efficacité des actions en lien avec l'objectif du projet de design (notoriété, image, fidélité...) en mettant en évidence le retour sur investissement et en définissant les actions possibles d'actualisation des contenus des productions pour réaliser un ajustement de la stratégie et lui donner davantage d'efficacité.	Présentation d'une production réalisée en groupe de travail A partir d'une mise en situation professionnelle dans le cadre de l'entreprise support à l'alternance ou dans le cadre d'un projet fictif mis en avant dans des	5.2 Le candidat mesure l'efficacité des actions : - présence de la mesure des effets de la réalisation du projet de design avec des indicateurs et des mesures, - analyse du retour sur investissement des actions menées en lien avec le projet où l'intérêt pour la cible du produit ou du service proposé, - évaluation des contenus produits qui permettent d'atteindre les objectifs de la stratégie,

		<p>conditions similaires au réel, le candidat présente une production de groupe à l'écrit.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un dossier de production complet et structuré présente de manière claire et détaillée les choix créatifs et les contenus produits pour atteindre les objectifs de la stratégie (5.1). - Une analyse des résultats de la production de groupe, en se concentrant sur l'utilisation des techniques d'entretiens qualitatives et quantitatives, la collecte et l'analyse des données, l'identification des indicateurs de performances et l'utilisation des KPI pour mesurer l'efficacité de la stratégie créative (5.2). - Des recommandations et des améliorations doivent être proposées pour améliorer la performance de la stratégie créative (5.3). 	<ul style="list-style-type: none"> - identification des points d'amélioration des productions pour augmenter l'efficacité de la stratégie.
<p>5.3 Définition du nouveau cadre de production en phase avec les actions à mener validés par le commanditaire</p>	<p>5.3 Proposer des ajustements en tenant compte des contraintes du client (budget, temps) pour obtenir son adhésion et mettre en œuvre de nouvelles productions afin de réaliser des mises à jour et des développements des productions permettant une meilleure performance de la stratégie.</p>		<p>5.3 Le candidat propose des ajustements en fonction des contraintes du client :</p> <ul style="list-style-type: none"> - il sait convaincre le client de la nécessité des ajustements proposés, - il sait apprécier les résultats et modifier si nécessaire les points faibles du projet, pour améliorer la performance de la stratégie, - il accompagne et conseille le commanditaire dans l'élaboration et la préparation des évolutions à venir pour optimiser l'efficacité de sa proposition, - il anticipe les évolutions du marché pour proposer des actions adaptées afin de renforcer l'efficacité de la stratégie.