

BLOC DE COMPÉTENCES I

CRÉER ET DÉVELOPPER UN PROJET D'ENTREPRENEURIAT NUMÉRIQUE AVEC L'AIDE DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

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
A1-1 Elaboration de l'étude de Marketing stratégique - Élaboration du concept et de la proposition de valeur d'un projet numérique - Analyse du marché - Réalisation d'un benchmark concurrentiel (étude comparative) - Définition du positionnement du produit ou du service (blue ocean strategy) - Segmentation des cibles - Réalisation d'une analyse de marketing stratégique de l'entreprise	Élaborer une étude marketing stratégique pour le business plan d'un projet numérique accessible et inclusif en s'aidant de l'intelligence artificielle afin de présenter l'intérêt et la viabilité du projet. L'étude marketing stratégique est composée de 6 livrables donnant lieu à 6 compétences décrites ci-dessous. Pour l'ensemble des compétences énoncées ci-dessous - Interroger (prompt engineering) une intelligence artificielle afin de s'aider pour l'élaboration des différents livrables du business plan - Évaluer et valider les réponses fournies par l'intelligence artificielle afin de s'assurer de la fiabilité de celles-ci	Type d'évaluation Production d'une étude marketing stratégique d'un business plan constituée de l'ensemble des livrables présentés ci-dessous. Il est également demandé aux candidats de présenter note de description de leur démarche et méthodologie d'utilisation de l'IA et des modalités d'évaluation des réponses de l'IA. L'étude marketing stratégique est évaluée sur l'écrit, pièce par pièce puis soutenue oralement devant un jury professionnel lors de l'examen final.	La qualité de l'étude marketing stratégique intégrée au business plan est décrite pour chaque livrable (voir ci-dessous) La note de description de la démarche et méthodologie d'utilisation de l'IA permet de démontrer comment l'IA a enrichi de manière pertinente l'élaboration des contenus et a participé efficacement à la conception du projet. La note décrit comment les processus d'évaluation et de validation des réponses de l'IA ont permis d'apporter une sécurisation de la validité des données proposées.
	C1-1.1 Élaborer le concept et la proposition de valeur du projet numérique en décrivant les valeurs et innovations produites sur le produit/service, le procédé/organisation, la technologie, le modèle d'affaire, le marketing/commerce, l'innovation sociale et le RSE afin de faire la preuve de l'innovation (Innovation Accounting)	E1-1.1 Présenter un document définissant le concept et la proposition de valeur du projet d'entrepreneuriat numérique	E1-1.Cr1 La proposition de valeur présentée est bien définie par une phrase courte qui décrit les bénéfices d'usage du concept Par un paragraphe décrivant les valeurs et innovations

			produites (produit/service, procédé/organisation, technologie, modèle d'affaire, marketing/commerce, innovation sociale et de RSE)
	<p>C1-1.2 Analyser le marché en menant une étude du secteur d'activité qui décrit sa structure (type d'entreprise, distribution, etc.), son CA, les chiffres clés (consommateurs, panier moyen, usages, etc.) afin de définir les potentialités du marché</p>	<p>E1-1.2 Réaliser une étude de marché du secteur d'activité du projet d'entrepreneuriat numérique</p>	<p>E1-1.Cr2 <i>L'étude du marché présente de façon claire le secteur d'activité, sa structure (type d'entreprise, distribution, etc.), son CA, les chiffres clés (consommateurs, panier moyen, usages, etc.) en s'appuyant sur des sources de qualité.</i></p>
	<p>C1-1.3 Réaliser une étude comparative de la concurrence (benchmark) en analysant les points forts et points faibles des concurrents afin d'identifier les bonnes pratiques à retenir et celles à exclure notamment en termes d'accessibilité.</p>	<p>E1-1.3 Réaliser un benchmark concurrentiel du projet d'entrepreneuriat numérique</p>	<p>E1-1.Cr3 <i>Le benchmark concurrentiel permet d'identifier les propositions du marché, de rendre compte des forces et faiblesses de la concurrence d'identifier les solutions d'accessibilité numérique et d'établir des préconisations</i></p>

	<p>C1-1.4 Réaliser la segmentation des cibles du projet en justifiant en termes d'usage et de critères socio-démographiques les cœurs de cible, cibles principales, cibles secondaires en prenant soin d'intégrer dans sa réflexion les personnes en situation de handicap et en s'appuyant sur des données chiffrées afin d'identifier les différents types de futurs utilisateurs/clients</p>	<p>E1-1.4 Présenter un document définissant la segmentation des cibles du projet d'entrepreneuriat numérique</p>	<p>E1-1.Cr4 La segmentation des cibles permet de bien définir les différentes cibles (cœur de cible, cibles principales, cible secondaires) du projet et de justifier la segmentation d'un point de vue des usages et de critères socio-démographiques. Les différentes cibles sont accompagnées par des éléments chiffrés afin d'appréhender la potentialité du marché.</p>
	<p>C1-1.5 Définir le positionnement de l'entreprise en s'appuyant sur une analyse des éléments différenciants par rapport aux concurrents (blue ocean strategy canvas, matrice ERAC, carte radar...) afin d'identifier les stratégies marketing possible de l'entreprise et en particulier grâce aux valeurs d'inclusivité, d'accessibilité et de développement durable.</p>	<p>E1-1.5 Présenter un document définissant le positionnement par rapport aux concurrents du projet d'entrepreneuriat numérique</p>	<p>E1-1.Cr5 Le positionnement du projet permet de bien d'identifier les éléments différenciateurs du projet présentés sous forme de matrice carte radar, blue ocean strategy canvas, matrice ERAC, grille comparative.</p>

	<p>C1-1.6 Réaliser l'analyse marketing stratégique du projet en s'appuyant sur les outils PESTEL, PORTER, SWOT et proposer des solutions à mettre en oeuvre pour répondre aux problématiques d'inclusivité, d'accessibilité et de développement durable afin d'adapter au mieux le projet à l'environnement économique et social de l'entreprise</p>	<p>E1-1.6 Réaliser l'analyse de marketing stratégique du projet d'entrepreneuriat numérique et la présenter dans un document</p>	<p>E1-1.Cr6 L'analyse de marketing stratégique permet de bien définir les variables pivots de l'environnement (PESTEL), de bien identifier les facteurs de succès tel que la concurrence, les clients, les fournisseurs (PORTER), et de mener un audit interne des forces et des faiblesses ainsi qu'un audit externe des opportunités et menaces (SWOT) L'étude propose des solutions à mettre en oeuvre dans le projet pour répondre aux problématiques d'inclusivité, d'accessibilité et de développement durable.</p>
<p>A1-2 Elaboration du plan de développement d'Affaire - Elaboration d'un modèle d'affaire circulaire (circular Business Model Canvas) - Réalisation d'un développement par la clientèle (customer development) - Elaboration d'un plan de développement d'affaire (Business development) - Conception d'un <i>executive summary</i> (résumé pour les dirigeants).</p>	<p>Élaborer un plan de développement d'affaires pour un projet d'entrepreneuriat numérique afin de définir les options qui permettront la réussite du projet et d'identifier ses contraintes environnementales.</p> <p>Le plan de développement d'affaires est composé de 5 livrables donnant lieu à 5 compétences décrites ci-dessous.</p>	<p>Rédaction d'un dossier de développement d'affaires pour la création d'un projet d'entrepreneuriat numérique constitué les livrables détaillés ci-dessous.</p> <p>Le dossier de création d'entreprise est évalué sur l'écrit, pièce par pièce puis soutenu oralement devant un jury</p>	<p>La qualité du plan de développement d'affaires intégré au business plan est décrite pour chaque livrable (voir ci-dessous).</p>
	<p>C1-2.1 Élaborer un Circular Business Model Canvas (cBMC) du</p>	<p>E1-2.1 Élaborer un Business Model</p>	<p>E1-2.Cr1</p>

	<p>projet afin de représenter dans un tableau le modèle d'affaire complété par une réflexion environnementale, économique et sociale prenant en compte l'inclusivité et l'accessibilité du projet</p>	<p>Canvas et un Circular Business Model Canvas du projet d'entrepreneuriat numérique</p>	<p><i>Le Business Model Canvas et le circular Business Model Canvas</i> synthétise de manière claire le modèle d'affaire du projet. Segmentation détaillée des utilisateurs, proposition de valeur pour chaque segment, canaux de distribution, relation avec les consommateurs, flux de revenu, activités clés, ressources clés, partenariats, structure de coût. Il définit les missions de l'entreprise et analyse l'impact négatif et positif des activités, ressources (naturelles, techniques et énergétiques), proposition de valeur, contextes d'usage et des utilisateurs du projet numérique en proposant des solutions pour amoindrir leurs négativités.</p>
	<p>C1-2.2 Concevoir et créer des MVP (Minimum Viable Product) conformément à la méthode lean startup (enquête, interview, sondage, landing page, vidéo, prototype, etc.) afin de valider les hypothèses et le concept du projet auprès des futurs utilisateurs/clients/partenaires</p>	<p>E1-2.2 Réaliser les divers Produits Minimum Viable (MVP) générés pendant la conception du projet d'entrepreneuriat numérique</p>	<p><i>E1-2.Cr2</i> <i>Les Produits Minimum Viable (MVP)</i> présentés permettent une validation du concept et des hypothèses lors du développement par la clientèle (customer development).</p>

	<p>C1-2.3 Réaliser le customer development (développement par la clientèle) et adapter son modèle d'affaire en fonction des retours terrains notamment en tenant compte de l'inclusivité et l'accessibilité du projet afin de s'assurer de l'adéquation entre la proposition, les besoins des futurs utilisateurs et les contraintes du marché</p>	<p>E1-2.3 Rédiger un document qui relate les évolutions du modèle d'affaire en fonction des retours terrain du projet d'entrepreneuriat numérique</p>	<p>E1-2.Cr3 <i>Le customer development (développement par la clientèle)</i> présenté relate de façon précise la méthodologie mise en place pour valider les hypothèses de départ (interview, enquête, sondage, landing page, vidéo, etc.) et les pivots opérés (modification du modèle d'affaire) en fonction des retours des utilisateurs en tenant compte notamment de l'inclusivité et de l'accessibilité du projet</p>
	<p>C1-2.4 Élaborer le plan de développement d'affaires (business development) en tenant compte des opportunités offertes par la performance environnementale économique et sociale afin de définir une stratégie de conquête du marché</p>	<p>E1-2.4 Élaborer un plan de développement d'affaire (Business Development) du projet d'entrepreneuriat numérique</p>	<p>E1-2.Cr4 <i>Le plan du développement d'affaire (business development)</i> décrit une stratégie cohérente pour conquérir les premiers utilisateurs ainsi que les grandes étapes de développement du projet en tenant compte des opportunités offertes par la performance environnementale économique et sociale</p>
	<p>C1-2.5 Concevoir un executive summary (résumé pour les</p>	<p>E1-2.5 Rédiger un executive summary</p>	<p>E1-2.Cr5</p>

	dirigeants) afin de synthétiser l'intérêt et la viabilité économique du projet d'entrepreneuriat numérique	(résumé pour les dirigeants) du projet d'entrepreneuriat numérique	L'executive summary (résumé pour les dirigeants) présente une synthèse du business plan qui permet de juger de l'intérêt du projet (proposition de valeur, marché, cibles, positionnement, chiffre clé du plan financier)
A1-3 Définition des besoins RH et structuration de l'organisation de l'entreprise - identification des besoins RH - élaboration de l'organigramme - Élaboration des contrats de travail	Identifier les besoins en ressources humaines et définir les missions et tâches ainsi que les relations fonctionnelles entre les différents postes afin de répondre aux objectifs de l'entreprise. Le dossier de gestion de ressources humaines est composé de 4 livrables donnant lieu à 4 compétences décrites ci-dessous.	Rédiger un dossier de gestion des ressources humaines pour la création d'un projet d'entrepreneuriat numérique comprenant les livrables détaillés ci-dessous. Le dossier de gestion des ressources humaines est évalué sur l'écrit.	La qualité du dossier de gestion de ressources humaines intégré au business plan est décrite pour chaque livrable (voir ci-dessous).
	C1-3.1 Identifier et lister les missions et tâches afin de permettre de connaître les différentes compétences nécessaires à l'organisation et de les répartir par types de poste	E1-3.1 Rédiger un document présentant la liste des missions et des tâches nécessaires au bon fonctionnement de l'entreprise	A1-E3.Cr1 La liste des missions et des tâches permet de répondre à l'ensemble des besoins des activités de l'entreprise et les missions sont correctement réparties par type de poste
	C1-3.2 Évaluer, qualifier et quantifier les besoins en ressources humaines de l'entreprise en tenant compte de l'inclusion de personnes en situation de handicap afin de préparer le recrutement des collaborateurs	E1-3.2 Rédiger un document quantifiant le nombre de personnes en fonction des compétences nécessaire pour	A1-E3.Cr2 Le nombre de personnes et de leurs compétences nécessaires pour répondre aux activités de l'entreprise

		couvrir les besoins des activités de l'entreprise	est correctement évalué. Les postes accessibles aux personnes en situation de handicap sont identifiés en fonction des handicaps physiques ou cognitifs
	C1-3.3 Élaborer l'organigramme de l'entreprise en faisant apparaître les relations fonctionnelles entre les divers postes afin de structurer l'organisation de l'entreprise	E1-3.3 Réaliser un organigramme présentant la structuration de l'entreprise en termes de postes et de relations fonctionnelles	A1-3.Cr3 <i>L'organigramme</i> présente une structuration correcte de l'organisation. Les relations fonctionnelles sont bien définies, les missions et tâches des différents postes sont bien identifiées et couvrent l'ensemble des besoins de l'entreprise.
	C1-3.4 Établir les contrats de travail afin de préparer le recrutement de futurs collaborateurs en prenant en compte la législation du travail et des conventions collectives notamment pour l'inclusion de personnes en situation de handicap	E1-3.4 Rédiger un contrat de travail type pour un collaborateur	A1-E3.Cr4 <i>Le contrat de travail</i> présenté est conforme aux obligations du droit du travail et aux conventions collectives
A1-4 Élaboration du plan de financement -Établissement d'un plan de financement initial -Établissement des comptes de résultat prévisionnel sur 3 ans - Définition du seuil de rentabilité et du BFR (Besoin en Fond de Roulement) -Établissement d'une trésorerie sur 18	Élaborer un plan de financement initial de la création d'entreprise afin de s'assurer de la viabilité économique du projet. Le plan de financement initial de la création d'entreprise est composé de 4 livrables donnant lieu à 4 compétences décrites ci-dessous.	Élaborer un plan de financement comprenant les livrables détaillés ci-dessous Le plan de financement est évalué sur l'écrit, pièce par pièce puis soutenu oralement devant un jury	La qualité du plan de financement intégré au business plan est décrite pour chaque livrable (voir ci-dessous).

mois.	<p>C1-4.1 Établir le plan de financement initial d'un projet entrepreneurial en présentant les besoins et les ressources financières d'un projet entrepreneurial afin de prévoir les finances nécessaires au projet de création d'entreprise.</p>	<p>E1-4.1 Élaborer un plan de financement initial sous forme de tableau</p>	<p>E1-4.Cr1 <i>Plan de financement initial</i> permet de bien définir les besoins financiers initiaux du projet et prévoir les ressources nécessaires pour y répondre</p>
	<p>C1-4.2 Établir les comptes de résultat prévisionnel sur 3 ans en présentant les produits et les charges envisagés d'un projet entrepreneurial afin de démontrer la viabilité économique de la future entreprise.</p>	<p>E1-4.2 Élaborer un compte de résultat prévisionnel sur 3 années présenté sous forme de tableau</p>	<p>E1-4.Cr2 <i>Le compte de résultat prévisionnel</i> définit de manière réaliste les produits et charges du projet sur 3 ans et permet de s'assurer de la rentabilité de l'entreprise</p>
	<p>C1-4.3 Définir le seuil de rentabilité et les besoins en fonds de roulement (BFR) d'un projet entrepreneurial afin d'évaluer la viabilité financière de l'entreprise.</p>	<p>E1-4.3 Présenter dans un document le calcul de seuil de rentabilité ainsi que les besoins en Fonds de Roulement (BFR)</p>	<p>E1-4.Cr3 <i>Le calcul du seuil de rentabilité</i> permet d'évaluer de manière réaliste le point mort du projet (total charges = total produits) et le calcul du besoin en fonds de roulement (BFR) permet d'identifier les besoins financiers en trésorerie</p>
	<p>C1-4.4 Établir une trésorerie prévisionnelle d'un projet entrepreneurial sur 18 mois afin d'anticiper le financement des charges de l'entreprise et son développement.</p>	<p>E1-4.4 Élaborer une trésorerie prévisionnelle sur 18 mois sous forme de tableau</p>	<p>E1-4.Cr4 <i>La trésorerie sur 18 mois</i> permet d'identifier la progression du CA et les variations saisonnières ainsi que les diverses échéances</p>

<p>A1-5 Élaboration du dossier de constitution d'une société - Détermination de la structure juridique de l'entreprise. - Rédaction des dossiers administratifs de la création d'entreprise.</p>	<p>Établissement des documents nécessaires à la création d'une entreprise afin de pouvoir enregistrer la société auprès de l'administration</p> <p>Le dossier d'établissement de la société est composé de 3 livrables donnant lieu à 3 compétences décrites ci-dessous.</p>	<p>Rédaction d'un dossier d'établissement d'une société présentant les livrables détaillés ci-dessus</p> <p>Le dossier d'établissement d'une société est évalué sur l'écrit.</p>	<p>La qualité du dossier d'établissement de la société intégré au business plan est décrite pour chaque livrable (voir ci-dessous).</p>
	<p>C1-5.1 Définir le statut juridique de l'organisation afin de répondre aux besoins du projet de création d'entreprise</p>	<p>E1-5.1 Rédiger un document argumenté du choix du statut juridique de l'entreprise</p>	<p>E1-5.Cr1 La définition du statut juridique est justifiée et en cohérence avec le projet</p>
	<p>C1-5.2 Rédiger les statuts de l'entreprise afin de présenter un document conforme aux droits des sociétés la raison sociale, la forme sociale, le montant du capital social, l'objet social, l'adresse du siège social, répartition du capital et nombre en fonction des apports, la durée de la société, les règles de fonctionnement et prise de décisions, cession des parts et liquidation de l'entreprise</p>	<p>E1-5.2 Rédiger les statuts de l'entreprise</p>	<p>E1-5.Cr2 Les statuts de l'entreprise sont conformes aux droits des sociétés la raison sociale, la forme sociale, le montant du capital social, l'objet social, l'adresse du siège social, répartition du capital et nombre en fonction des apports, la durée de la société, les règles de fonctionnement et prise de décisions, cession des parts et liquidation de l'entreprise</p>
	<p>C1-5.3 Compléter les dossiers administratifs (formulaire URSAFF MO) afin de déclarer la création de l'entreprise</p>	<p>E1-5.3 Compléter un formulaire URSAFF MO de déclaration de la société.</p>	<p>E1-5.Cr3 Le formulaire MO doit correspondre à la forme sociale de la structure, doit être complété entièrement</p>

			et conforme aux informations précisées dans les statuts.
A1-6 Elaboration du dossier de Protection de la marque et/ou de la société et de ses propriétés intellectuelles - Détermination des produits et services de l'entreprise - Vérification de la disponibilité du libellé de la marque - Définition des classes à déclarer - Complétion du formulaire INPI de dépôt de la marque - Élaboration du dossier de protection par la propriété intellectuelle des divers éléments matériels afférents au projet - Rédaction des contrats de cessions des droits d'auteurs	Établir des documents nécessaires à la protection de la marque et/ou de la société et de ses propriétés intellectuelles afin de pouvoir les déposer auprès l'INPI et de garantir leurs antériorités Le dossier de protection de la marque et de ses propriétés intellectuelles est composé de 6 livrables donnant lieu à 6 compétences décrites ci-dessous.	Rédaction d'un dossier de protection de la marque et de ses propriétés intellectuelles présentant les livrables détaillés ci-dessus Le dossier de protection de la marque et de ses propriétés intellectuelles est évalué sur l'écrit.	La qualité du dossier de protection de la marque et de ses propriétés intellectuelles intégré au business plan est décrite pour chaque livrable (voir ci-dessous).
	C1-6.1 Déterminer les produits et services couverts par le dépôt de marque afin de préparer la recherche d'antériorité et la sélection des classes de marque INPI	E1-6.1 Rédiger un document présentant les produits et services de l'entreprise qui doivent faire l'objet d'une protection	E1-6.Cr1 Les produits et services présentés sont en cohérence avec l'activité de la future entreprise et englobe l'ensemble de ses produits et services
	C1-6.2 Vérifier la disponibilité du libellé de la marque et sa conformité auprès de l'INPI afin de s'assurer de la recevabilité du dépôt	E1-6.2 Réaliser une recherche de disponibilité sur le site de l'INPI et présenter le résultat à partir d'une copie d'écran	E1-6.Cr2 Le libellé de la marque est disponible et conforme aux exigences de l'INPI. La recherche en antériorité a permis de s'assurer de la disponibilité de la marque
	C1-6.3 Définir les classes à déclarer lors du dépôt de marque en application de la classification internationale de Nice afin de protéger sa marque sur l'ensemble des activités	E1-6.3 Lister les classes à déclarer lors du dépôt de marque	E1-6.Cr3 Les classes désignées sont en cohérence avec l'activité de la future entreprise et

	envisagées par l'entreprise		englobe l'ensemble de ses produits et services
	C1-6.4 Compléter le formulaire INPI de dépôt de la marque afin de protéger le nom du projet	E1-6.4 Produire une copie du formulaire de dépôt de la marque à l'INPI	E1-6.Cr4 Le formulaire de dépôt de la marque est complété de façon exacte et exhaustive et doit correspondre au libellé de la classification de Nice
	C1-6.5 Élaborer le dossier de protection par la propriété intellectuelle afin de garantir les droits d'auteur et l'antériorité du projet	E1-6.5 Réaliser un dossier comprenant les éléments matériels devant être protégés par la propriété intellectuelle	E1-6.Cr5 Le dossier de protection par la propriété intellectuelle réuni l'ensemble des éléments matériels afférents au projet
	C1-6.6 Élaborer les contrats de cessions des droits d'auteurs afin d'assurer une conformité à la législation des droits patrimoniaux des oeuvres exploitées	E1-6.6 Rédiger un contrat de cessions de droits d'auteurs	E1-6.Cr6 Les contrats de cessions des droits d'auteurs doivent être conformes à la législation et contenir le nom de ou des auteurs, l'objet de la cession, la durée et le territoire d'exploitation, les droits patrimoniaux cédés et le montant de la rémunération

BLOC DE COMPÉTENCES II

CONCEVOIR UN PROJET NUMÉRIQUE DANS UNE DÉMARCHE UX DESIGN EN S'AIDANT DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION <i>défini les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>
-------------------------	----------------------------	---

décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés	identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités	MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>A2-1 Découverte des utilisateurs et idéation (recherche d'idées et de solutions) - Pilotage d'ateliers design thinking - Recherche des utilisateurs - Recueil des besoins - Segmentation des utilisateurs - Création de carte heuristique (mindmap) des typologies des utilisateurs - Création des cartes d'empathie - Création de fiches persona - Création de diagramme d'alignement - Création d'expérience map / de customer journey mapping / de userflow / de storyboard</p>	<p>Découvrir et identifier les besoins des utilisateurs afin que les solutions proposées correspondent aux mieux à leurs attentes.</p> <p>Le livret UX design est composé de 7 livrables donnant lieu à 7 compétences décrites ci-dessous.</p> <p><i>Pour l'ensemble des compétences énoncées ci-dessous</i> Interroger (prompt engineering) une intelligence artificielle afin de s'aider pour l'élaboration des différents éléments constitutifs d'une démarche UX Design</p> <p>Évaluer et valider les réponses fournies par l'intelligence artificielle afin de s'assurer de la fiabilité de celles-ci.</p>	<p>Rédaction d'un livret UX design recherche et d'idéation regroupant l'ensemble des livrables décrits ci-dessous</p> <p>Il est également demandé aux candidats de présenter note de description de leur démarche et méthodologie d'utilisation de l'IA et des modalités d'évaluation des réponses de l'IA.</p> <p>Le livret UX design de recherche et d'idéation pour la création du design d'interaction est évalué sur l'écrit puis soutenu devant un jury</p>	<p>La qualité du livret UX design est décrite pour chaque livrable (voir ci-dessous).</p> <p><i>La note de description de la démarche et méthodologie d'utilisation de l'IA</i> permet de démontrer comment l'IA a enrichi de manière pertinente l'élaboration des contenus et a participé efficacement à la conception du projet. La note décrit comment les processus d'évaluation et de validation des réponses de l'IA ont permis d'apporter une sécurisation de la validité des données proposées.</p>
	<p>C2-1.1 Piloter des ateliers design thinking au sein d'équipes pluridisciplinaires afin de trouver des solutions innovantes pour le projet</p>	<p>E2-1.1 Réaliser un atelier design thinking avec une équipe multidisciplinaire et rédiger un compte rendu de l'atelier.</p>	<p>E2-1.Cr1 L'atelier design thinking avec une équipe pluridisciplinaire a été piloté avec succès. Le compte rendu témoigne que l'atelier a été correctement préparé. Les objectifs et les problèmes à résoudre ont été clairement énoncés, les cinq phases du Design Thinking ont été correctement explicitées aux</p>

			participants, les divers outils et méthodes du design thinking ont été correctement déployés et articulées dans un ordre cohérent, les participants ont pu générer des solutions qui répondent à l'objectif initial.
C2-1.2 Découvrir et identifier les futurs utilisateurs du projet en utilisant des données statistiques, des enquêtes, des sondages, des entretiens, les réseaux sociaux afin de connaître les différentes typologies des futurs utilisateurs.	E2-1.2 Réaliser une recherche d'utilisateurs et rédiger le rapport de la recherche dans un document	E2-1.Cr2 La description de la recherche des utilisateurs relate comment la découverte des utilisateurs a été effectuée et est suffisamment approfondie pour permettre une identification des diverses typologies des futurs utilisateurs	
C2-1.3 Recueillir les besoins des utilisateurs du projet à l'aide d'interviews, d'observations sur site afin de découvrir et identifier les diverses problématiques à résoudre pour les utilisateurs y compris en termes d'inclusivité pour les personnes en situation de handicap	E2-1.3 Réaliser un recueil des besoins et rédiger un document de synthèse relatant les actions entreprises et les problématiques identifiées	E2-1.Cr3 Le recueil des besoins est suffisamment approfondi et pertinent pour permettre une identification des diverses problématiques à résoudre pour les utilisateurs y compris celles liées à l'inclusivité des personnes en situation de handicap. Le document de synthèse relate les diverses actions entreprises et les	

			problématiques identifiées grâce à celles-ci
C2-1.4 Créer une carte heuristique (mindmap) en segmentant les utilisateurs du projet en fonction de critères d'usage, de motivation, de difficultés liées au handicap et d'expérience utilisateur afin de d'identifier les différentes typologies d'utilisateurs et de synthétiser la segmentation des utilisateurs ainsi que leurs besoins	E2-1.4 Élaborer une mindmap (carte heuristique) des utilisateurs qui représente de manière synthétique leur segmentation	E2-1.Cr4 La mindmap des utilisateurs permet une représentation claire de la segmentation des utilisateurs en fonction de leur usage, motivation, difficultés liées au handicap et typologie ainsi que de leurs besoins	
C2-1.5 Créer des cartes d'empathie des utilisateurs du projet afin d'identifier les aspirations, les problèmes y compris ceux liés aux handicaps, les motivations, les actions, les pensées, les ressentis, les craintes, les direx des personae afin de bien connaître et comprendre les futurs utilisateurs	E2-1.5 Créer les cartes d'empathie pour les personae sélectionnés	E2-1.Cr5 Les cartes d'empathie présentent les aspirations, motivations, problèmes y compris ceux liés aux handicaps, les craintes, les pensées, les ressentis, les direx des persona. Elles permettent de de connaître et de comprendre les futurs utilisateurs	
C2-1.6 Créer des fiches persona synthétisant les archétypes d'utilisateurs du projet afin de les confronter virtuellement à l'expérience utilisateur	E2-1.6 Créer les fiches persona pour les personae sélectionnés	E2-1.Cr6 Les fiches des personae présentent les archétypes d'utilisateurs, leur nom, photo, une déclaration/citation les représentant, leurs données socio-démographiques (âge,	

			<p>travail, situation familiale, handicap, etc.) motivations, leurs freins, leur technographie, les scénarios introductifs. Elles permettent une représentation précise d'un futur utilisateur et de bien comprendre ses problématiques afin de le confronter aux expériences utilisateurs conçues pour y répondre</p>
	<p>C2-1.7 Créer des diagrammes d'alignement (outil d'idéation) qui présentent en tableau les besoins utilisateurs y compris en termes d'inclusivité de personnes en situation de handicap et les réponses qui leur sont apportées afin de trouver des idées pour enrichir l'expérience utilisateur</p>	<p>E2-1.7 Réaliser un diagramme d'alignement</p>	<p>E2-1.Cr7 Les diagrammes d'alignement présentent sous forme de tableau par grandes fonctionnalités du projet numérique les besoins des utilisateurs y compris en termes d'inclusivité de personnes en situation de handicap et les solutions apportées par le système pour y répondre. Ils apportent des idées de fonctionnalités pertinentes</p>
	<p>C2-1.8 Créer des cartographies du parcours utilisateur (experience map, customer journey mapping, user flow) du projet sous forme de storyboard afin d'identifier les points de blocage et les freins notamment pour les personnes en situation de handicap et de rechercher les améliorations</p>	<p>E2-1.8 Réaliser une analyse d'un parcours utilisateur sous forme d'experience map ou d'un customer journey mapping</p>	<p>E2-1.Cr8 Les cartes d'expériences (experience map) ou les parcours utilisateurs/clients (customer journey mapping) présentent les différentes</p>

	possibles		étapes d'un scénario d'usage avec l'indication des points de contact, des motivations, des ressentis, des pensées des utilisateurs et les préconisations/axes d'amélioration proposés notamment pour les personnes en situation de handicap pour chaque étape du parcours utilisateur
A2-2 Création des prototypes (Wireframing) - Création des prototypes basses résolutions (wireframe) - Création des grilles d'évaluation des prototypes par les utilisateurs - Réalisation de tests utilisateurs	Créer des prototypes et évaluer par des tests utilisateurs afin de s'assurer de leur utilisabilité et de leur accessibilité pour les personnes en situation de handicap ainsi que de permettre des améliorations de l'expérience utilisateur grâce à des itérations (versions successives). Le livret UX design prototype est composé de 3 livrables donnant lieu à 3 compétences décrites ci-dessous.	Élaboration des interfaces du design d'interaction du projet en créant les livrables détaillés ci-dessous Le livret UX design pour la l'élaboration des interfaces du design d'interaction est évalué sur l'écrit puis soutenu devant un jury	La qualité du livret UX design de l'élaboration des interfaces d'interaction est décrite pour chaque livrable (voir ci-dessous).
	C2-2.1 Créer des prototypes basses résolutions (wireframing) afin de s'assurer de la bonne organisation des interfaces (architecture de l'information), de leur utilisabilité et de leur accessibilité pour les personnes en situation de handicap	E2-2.1 Créer des prototypes (wireframing) du design d'interaction	E2-2.Cr3 Les wireframing permettent de juger de la qualité de l'architecture de l'information, de l'utilisabilité des interfaces et de leur accessibilité pour les personnes en situation de handicap. Ils ne comportent pas de couleurs (niveau de gris) ni de choix graphique (icônes, forme

			des boutons, etc.). Les typographies sont présentées dans leur taille, famille et style selon leur rôle. Les éléments de contenus sont présents (images de placement, notation, boutons, etc.
C2-2.2 Élaborer des grilles d'évaluation des tests utilisateurs afin d'évaluer lors des tests utilisateurs la compréhension de l'interface, de leur utilisabilité et de leur accessibilité pour les personnes en situation de handicap ainsi que l'expérience utilisateur	E2-2.2 Créer des grilles d'évaluation des prototypes du design d'interaction	E2-2.Cr2 Les grilles de test permettent de réaliser un comparatif quantifié lors des test utilisateurs en les interrogeant sur la compréhension du service et de l'interface, la compréhension des éléments interactifs, de l'utilisabilité et de leur accessibilité pour les personnes en situation de handicap lors de scénarios d'usage	
C2-2.3 Réaliser des tests utilisateurs afin d'évaluer la qualité de l'expérience utilisateur et identifier les points d'améliorations lors des itérations (nouvelle version)	E2-2.3 Réaliser des tests utilisateurs des différentes interfaces du design d'interaction	E2-2.Cr3 Les tests utilisateurs sont conduits de manière rigoureuse et systématique. Ils permettent de quantifier le niveau de compréhension du service et des interfaces de leur utilisabilité et de leur accessibilité pour les personnes en situation de	

			handicap ainsi que l'identification des points posant difficultés et la raison de ses difficultés
A2-3 Création des chartes d'expérience utilisateur - Élaboration de la charte ergonomique - Élaboration de la charte UX - Élaboration de la charte du design persuasif et de la gamification (captology)	Élaborer les chartes de l'expérience utilisateur et graphique afin de s'assurer de la cohérence des interfaces, de leur accessibilité pour les personnes en situation de handicap et de concevoir une expérience utilisateur optimisée. Le livret des chartes de l'expérience utilisateur est composé de 3 livrables donnant lieu à 3 compétences décrites ci-dessous.	Rédaction d'un livret UX design regroupant les différentes chartes détaillées ci-dessous permettant l'élaboration des interfaces du design d'interaction Le livret UX design des différentes chartes pour l'élaboration des interfaces du design d'interaction est évalué sur l'écrit puis soutenu devant un jury.	La qualité des chartes d'expérience utilisateur pour l'élaboration des interfaces d'interaction est décrite pour chaque livrable (voir ci-dessous).
	C2-3.1 Élaborer la charte ergonomique en s'appuyant par exemple sur les 12 règles d'ergonomie énoncées par Amélie Boucher afin de s'assurer de l'utilisabilité et de l'accessibilité des interfaces pour les personnes en situation de handicap	E2-3.1 Rédaction de la charte ergonomique pour le design interactif du projet	E2-3.Cr1 La charte ergonomique présente les solutions retenues concernant les règles d'ergonomie (Boucher). Les directives ergonomiques sont pertinentes pour produire une bonne utilisabilité ainsi qu'une bonne accessibilité des interfaces pour les personnes en situation de handicap

	<p>C2-3.2 Élaborer la charte UX design en s'appuyant sur les 7 éléments de l'UX identifiés par Peter Morville notamment en répondant aux problématiques d'accessibilité pour les personnes en situation de handicap tel que prévu dans le 5 éléments afin d'optimiser l'expérience utilisateur</p>	<p>E2-3.2 Rédaction de la charte UX design pour le design interactif du projet</p>	<p>E2-3.Cr2 La charte UX design présente les solutions retenues concernant les 7 éléments UX selon Peter Morville. Les préconisations sont pertinentes et permettent une optimisation de l'expérience utilisateur notamment en termes d'accessibilité pour les personnes en situation de handicap</p>
	<p>C2-3.3 Élaborer la charte du design persuasif (captology) en s'appuyant sur les éléments de la persuasion identifiés par Robert Cialdini et les grilles d'évaluation du design persuasif mise au point par Alexandra Nemery afin de rendre le design d'interaction plus persuasif</p>	<p>E2-3.3 Rédaction de la charte persuasive pour le design interactif du projet</p>	<p>E2-3.Cr3 La charte de design persuasif (captology) présente les préconisations concernant le design persuasif (Cialdini, Nemery) des interfaces. La charte propose des solutions pertinentes pour rendre les interfaces plus persuasives</p>

<p>A2-4 Élaboration de l'identité et charte graphique du projet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Création du logo - Sélection des typographies - Sélection des couleurs - Définition du traitement des médias - Création des icônes et boutons - Création de la style tile 	<p>Élaborer une charte graphique afin de s'assurer de l'identité graphique du projet et de la cohérence graphique des interfaces ainsi que de leur utilisabilité pour les personnes en situation de handicap.</p> <p>Le livret de la charte graphique est composé de 3 livrables donnant lieu à 3 compétences décrites ci-dessous.</p>	<p>Élaboration de la charte graphique du projet regroupant les éléments détaillés ci-dessous</p> <p>La charte graphique du projet est évaluée sur l'écrit puis soutenu devant un jury</p>	<p>La qualité de la charte graphique du projet est décrite pour chaque livrable (voir ci-dessous).</p>
	<p>A2-4.1 Créer le logo du projet afin de représenter graphiquement et de manière unique le nom de la marque</p>	<p>E2-4.1 Créer le logo du projet</p>	<p>E2-4.Cr1 Le logo représente de façon graphique la marque et est en cohérence avec celle-ci. Les zones de protection sont indiquées ainsi que les différentes déclinaisons autorisées. Les cas d'utilisation interdits sont spécifiés</p>
	<p>A2-4.2 Élaborer l'identité et la charte graphique du projet</p> <ul style="list-style-type: none"> - en sélectionnant les différentes typographies (familles, tailles et styles en fonction de leur rôle) afin de garantir une cohérence et qualité typographique du projet tout en tenant compte de la lisibilité pour les personnes en situation de handicap - en sélectionnant les couleurs principales et secondaires en tenant compte de la lisibilité pour les personnes en situation de handicap afin de garantir une cohérence 	<p>E2-4.2 Créer la charte graphique du projet</p>	<p>E2-4.Cr2 La charte graphique présente de manière exhaustive le choix des polices de caractères (famille, style et taille selon leur rôle), les couleurs primaires et secondaires, le traitement des médias (taille, ornement, etc.), les icônes prévues pour</p>

	<p>visuelle sur l'ensemble du projet</p> <ul style="list-style-type: none"> - en définissant les différents traitements possibles des médias (taille, forme, cadre, ombre portée, etc.) pour les photos, vignettes, vidéos, etc. afin de garantir une cohérence visuelle sur l'ensemble du projet - en créant les icônes et boutons en tenant compte de leur affordance et leur intelligibilité afin de garantir une bonne ergonomie et cohérence visuelle sur l'ensemble du projet 		<p>l'interface ainsi que les boutons. La charte graphique est en cohérence avec l'identité de la marque. Elle préserve la lisibilité des typos et des couleurs notamment pour les personnes en situation de handicap.</p>
	<p>A2-4.3 Créer une Style Tile (planche de l'identité visuelle) afin de synthétiser les divers éléments de la charte graphique</p>	<p>E2-4.3 Créer la Style Tile du projet (mise en situation de la charte graphique sous forme de planche)</p>	<p>E2-4.Cr3 La Style Tile présente d'une façon synthétique la charte graphique. Elle permet de se représenter clairement l'identité graphique des futures interfaces</p>
<p>A2-5 Création de maquettes fonctionnelles - Création des écrans de design interactif - Création d'un prototype interactif</p>	<p>C2-4.1 Créer une maquette fonctionnelle interactive afin de tester le design d'interaction des diverses interfaces et de permettre aux intégrateurs de coder les écrans - Créer les écrans à l'aide de logiciel d'infographie - Créer un prototype interactif grâce à un logiciel dédié (Figma, Adobe XD, Sketch, in-vision, etc.)</p>	<p>E2-5.1 Élaboration d'une maquette fonctionnelle interactive présentant le prototype du design d'interaction du projet</p> <p>La maquette fonctionnelle interactive est évaluée sur pièce puis soutenue devant un jury</p>	<p>E2-5.Cr1 La maquette fonctionnelle est présentée sous forme interactive et permet de simuler au plus proche les parcours utilisateurs. Elle est appréciée d'un point de vue qualité et maîtrise du design (organisation, respiration, fluidité, précision, etc.) et respect des normes d'accessibilité pour les personnes en situation de handicap</p>

BLOC DE COMPÉTENCES III

CONDUIRE UN PROJET NUMERIQUE EN METHODOLOGIE AGILE, ÉLABORER SON CAHIER DES CHARGES FONCTIONNEL ET SES SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES

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
A3-1 Élaboration du cahier des charges fonctionnel - Définition des motivations et objectifs - Définition des critères de succès - Réalisation d'une étude comparative fonctionnelle (benchmark fonctionnel) - Expression des besoins et Matrice de traçabilité des exigences - Élaboration d'une matrice de priorisation des besoins et exigences (MoSCoW) - Élaboration du WBS (Structure de découpage du projet) - Planification Gantt, PERT - Identification des risques	Élaborer un cahier des charges fonctionnel d'un projet numérique afin de présenter ses exigences, ses risques ainsi que son planning prévisionnel. Le cahier des charges fonctionnel est composé de 8 livrables donnant lieu à 8 compétences décrites ci-dessous.	Rédaction d'un cahier des charges fonctionnel d'un projet numérique présentant Les livrables détaillés ci-dessous Le cahier des charges et les spécifications techniques sont évalués sur l'écrit	La qualité du cahier des charges fonctionnel est décrite pour chaque livrable (voir ci-dessous).
	C3-1.1 Définir les motivations et objectifs du projet afin de spécifier l'intérêt du projet.	E3-1.1 Rédiger un document présentant les motivations et objectifs du projet	E3-1.Cr1 Les motivations et objectifs du projet sont clairement exprimés et permettent de comprendre l'intérêt du projet pour son porteur et les buts à atteindre
	C3-1.2 Définir les critères de succès quantifiables du projet afin de déterminer les indicateurs de performance (KPI) à surveiller pour évaluer la réussite du projet.	E3-1.2 Rédiger un document présentant la liste des indicateurs de performance et les objectifs à atteindre pour la réussite du projet	E3-1.Cr2 Les critères de succès sont identifiés à l'aide d'indicateurs de performance quantifiables (nombre d'utilisateurs, taux de notoriété, nombre de page vue, etc.) et sont réalistes

	<p>C3-1.3 Réaliser une étude comparative (benchmark fonctionnel) qui présente les solutions techniques et fonctionnelles notamment en termes d'accessibilité pour les personnes en situation de handicap qui sont mises en oeuvre dans la concurrence ou plus largement sur des projets comparables afin d'identifier les bonnes et mauvaises pratiques pour l'élaboration du projet.</p>	<p>E3-1.3 Réaliser une étude comparative (benchmark fonctionnel) analysant les solutions techniques et fonctionnelles de projets comparables à celui en cours d'élaboration</p>	<p>E3-1.Cr3 <i>Le benchmark fonctionnel</i> présente des solutions aux problématiques fonctionnelles du projet. Il permet d'identifier les bonnes pratiques et les solutions à éviter notamment en termes d'accessibilité pour les personnes en situation de handicap et propose des préconisations en cohérence avec le projet</p>
	<p>C3-1.4 Identifier et lister les exigences fonctionnelles, non fonctionnelles et les contraintes de conception du projet afin de déterminer le périmètre du projet - Créer une matrice de traçabilité qui croise les exigences fonctionnelles et les exigences non fonctionnelles afin d'indiquer leurs interdépendances.</p>	<p>E3-1.4 Rédiger la liste des exigences fonctionnelles, non fonctionnelles et contraintes de conception du projet et produire la matrice de traçabilité des exigences</p>	<p>E3-1.Cr4 <i>La liste des exigences fonctionnelles, non fonctionnelles et contraintes de conception</i> est exhaustive et détaillée. Elle prend en compte les problématiques d'accessibilité numérique pour les personnes en situation de handicap. La matrice de traçabilité des exigences croise correctement les exigences fonctionnelles avec les exigences non fonctionnelles</p>

			et les contraintes de conception
C3-1.5 Élaborer une matrice de priorisation des besoins et des exigences (MoSCoW) afin de définir l'importance et priorités des fonctionnalités à réaliser.	E3-1.5 Élaborer une matrice de priorisation des besoins et des exigences (MoSCoW)	E3-1.Cr5 <i>La matrice de priorisation des besoins et des exigences (MoSCoW)</i> définie correctement l'importance des fonctionnalités en les répartissant dans les catégories Doit avoir (Must Have), Devrait avoir (Should Have), Pourrait avoir (Could Have), N'aura pas (Won't Have)	
C3-1.6 Établir la structure de découpage du projet (WBS) qui présente une arborescence des tâches du projet afin d'évaluer une première évaluation des besoins du projet.	E3-1.6 Réaliser la structure de découpage du projet (WBS)	E3-1.Cr6 <i>La structure de découpage du projet</i> présente 100% des tâches à effectuer pour le projet sous forme d'arborescence numéroté et chaque tâche est évalué en temps de travail nécessaire (jour/homme)	
C3-1.7 Planifier les diverses tâches du projet, évaluer leur durée et identifier les tâches pouvant être conduites en même temps (réseau PERT) afin d'optimiser le temps de réalisation et en les présentant dans un diagramme de Gantt. Identifier les jalons du projet.	E3-1.7 Élaborer un planning du projet sous forme de diagramme de Gantt	E3-1.Cr7 <i>La planification du projet</i> est présentée sous forme d'un diagramme de Gantt et identifie la durée de chaque tâche et celles qui peuvent être accomplies	

			simultanément afin d'optimiser le temps de réalisation. Les jalons du projet (étapes clés) sont identifiés
	<p>C3-1.8 Analyser les risques du projet et créer une matrice AMDEC (Analyse des Modes de Défaillance, de leurs Effets et de leur Criticité) y compris concernant l'accessibilité pour les personnes en situation de handicap afin de proposer des mesures correctives alternatives</p>	<p>E3-1.8 Élaborer une matrice AMDEC (Analyse des Modes de Défaillance, de leurs Effets et de leur Criticité) du projet</p>	<p>E3-1.Cr8 Les risques du projet y compris ceux concernant l'accessibilité pour les personnes en situation de handicap sont identifiés à l'aide d'une matrice AMDEC (Analyse des Modes de Défaillance, de leurs Effets et de leur Criticité) indiquant leur fréquence, gravité et détection et des mesures correctives sont proposées</p>
<p>A3-2 Pilotage d'une conduite de projet et d'une équipe en méthodologie Agile - Identification des user stories - Priorisation des user story dans le product backlog - Identification des itérations - Définition des objectifs et contenus des Itérations (Sprint) - Pilotage des réunions de planification d'itération (Sprint planning) avec l'équipe - Pilotage de réunion de fin d'itération (Sprint retrospective) avec les parties prenantes - Pilotage des réunions de retours sur</p>	<p>Piloter une conduite de projet et une équipe en méthodologie Agile afin de garantir une meilleure maîtrise de la conduite de projet</p> <p>Le pilotage d'une conduite de projet et d'une équipe en méthodologie Agile donne lieu à 6 compétences décrites ci-dessous.</p>	<p>Rédaction d'un dossier relatant la mise en oeuvre de la conduite de projet Agile</p> <p>Évalués sur l'écrit</p>	<p>La qualité de la conduite de projet Agile est décrite pour chaque livrable (voir ci-dessous)</p>
	<p>C3-2.1 Créer les user stories du projet afin de décrire les fonctionnalités du projet en les axant sur les utilisateurs</p>	<p>E3-2.1 Créer les user stories d'un projet</p>	<p>E3-2.Cr1 Les user stories définissent l'utilisateur et l'action qu'il doit réaliser. Les user stories sont écrites en langage simple et définissent clairement la valeur apportée aux utilisateurs.</p>

<p>expérience (Sprint retrospective) avec l'équipe</p>			<p>Chaque user story ne concernent qu'une seule fonctionnalité. Les user stories sont regroupées en epic (objectif d'action macro) et couvrent l'ensemble des fonctionnalités à réaliser pour le projet.</p>
	<p>C3-2.2 Prioriser les user stories du projet dans un product backlog (liste hiérarchisée de tâches) afin de préparer l'organisation des itérations du projet</p>	<p>E3-2.2 Prioriser les user stories d'un projet dans un product backlog</p>	<p>E3-2.Cr2 La priorisation des user stories hiérarchise les US en prenant en compte le poids (temps de fabrication et complexité) ainsi que la valeur apportée aux utilisateurs. Les 2 indicateurs sont notés dans le Product Backlog (liste hiérarchisée des tâches à réaliser)</p>
	<p>C3-2.3 Définir les contenus des Itérations (Sprint) afin de prévoir les objectifs des itérations</p>	<p>E3-2.3 Lister les contenus et objectifs des différentes itérations d'un projet</p>	<p>E3-2.Cr3 Les contenus et objectifs des itérations (Sprint) sont prévues en respectant une priorisation en fonction de la valeur produite pour les utilisateurs et du temps nécessaire à leur réalisation et doivent pouvoir être réalisés par l'équipe dans la durée d'un sprint (itération).</p>

	<p>C3-2.4 Piloter des réunions de planification d'itération (Sprint planning) avec l'équipe afin de convenir de leurs objectifs</p>	<p>E3-2.4 Rédiger les compte-rendus des réunions de planification d'itération (Sprint planning)</p>	<p>E3-2.Cr4 Les compte-rendus des réunions de planification d'itération (Sprint planning) relatent les négociations avec l'équipe concernant les objectifs et contenu du sprint. Les consensus obtenus sont argumentés et équilibrés.</p>
	<p>C3-2.5 Piloter des réunions de fin d'itération (Sprint review) afin de présenter aux parties prenantes et passer en revue le travail accompli lors de l'itération (validation ou demande de modification)</p>	<p>E3-2.5 Rédiger les compte-rendus des réunions de fin d'itération (Sprint review)</p>	<p>E3-2.Cr5 Les compte-rendus de réunions de fin d'itération (Sprint review) relatent les présentations du travail accompli pendant le sprint et liste les user stories présentées. Pour chacune d'entre elles, le compte rendu rapporte les observations, les demandes de modification ou les validations qui ont été agréés pendant la réunion. Les comptes rendus indiquent les nom et qualité des parties prenantes présentes, la date et le lieu où le sprint review s'est déroulé.</p>

	<p>C3-2.6 Piloter des réunions de retour sur expérience de l'itération (Sprint retrospective) avec l'équipe afin d'identifier les axes d'amélioration des processus métier pour les prochains sprint (amélioration continue).</p>	<p>E3-2.6 Rédiger les compte-rendus des réunions de retour sur expérience de l'itération (Sprint retrospective)</p>	<p>E3-2.Cr6 Les compte-rendus des réunions de retour sur expérience (Sprint retrospective) relatent les difficultés, observations et propositions d'améliorations en fonction des retours d'expérience de l'itération (Sprint). Ils identifient pour chaque item, l'objet du retour d'expérience, le contexte, les différentes observations et difficultés rencontrées et les solutions envisagées pour résoudre les problèmes ou apporter une amélioration.</p>
<p>A3-3 Modélisation UML du système d'information - Modélisation UML (diagramme des cas d'utilisation, diagramme de séquence, selon le cas diagramme de classes, diagramme diagramme d'état)</p>	<p>Modéliser un système d'information en UML afin de permettre sa réalisation par les équipes de développement et de représenter le système d'information sous forme de vue statique et dynamique</p> <p>La modélisation du système d'information donne lieu à 3 compétences décrites ci-dessous.</p>	<p>Réalisation de diagrammes présentant la modélisation UML du système d'information</p> <p>Les diagrammes UML sont évalués sur l'écrit</p>	<p>La qualité de la modélisation UML est décrite pour chaque livrable (voir ci-dessous).</p>
	<p>C3-3.1 Modéliser les cas d'utilisation en UML afin de d'identifier les différents acteurs qui interagiront avec le système ainsi que leurs droits (accès aux fonctionnalités)</p>	<p>E3-3.1 Réalisation de diagrammes UML de cas d'utilisation</p>	<p>E3-3.Cr1 La modélisation UML des cas d'utilisation respecte la norme du langage UML et relie les acteurs au cas d'utilisation en permettant d'identifier leurs droits</p>

	<p>C3-3.2 Modéliser le système d'information grâce au divers diagramme UML afin de le représenter dans sa forme statique et dynamique</p>	<p>E3-3.2 Réalisation de diagrammes UML présentant des vues du système d'information du projet sous forme statique et dynamique</p>	<p>E3-3.Cr2 La modélisation UML des diagrammes de séquence respecte la norme du langage UML et présente le scénario nominal ainsi que les alternatives</p> <p><i>Les diagrammes d'état UML</i> qui sont obligatoires dans le cas de transactions complexes faisant intervenir plusieurs systèmes doivent respecter la norme UML et présenter les différents états du système lors des transactions</p>
	<p>C3-3.3 Modéliser la base de données en UML (MCD) afin de représenter comment les données seront enregistrées et les relations entre les différentes tables de la base de données</p>	<p>E3-3.3 Réalisation d'une modélisation UML de la base de données du projet.</p>	<p>E3-3.Cr3 La modélisation UML de la base de données (MCD) présente les entités avec leurs attributs, leur clé primaire les relations entre entités avec les cardinalités.</p>
<p>A3-4 Élaboration des spécifications détaillées - Sélection et description des spécifications techniques</p>	<p>Élaborer les spécifications détaillées du projet du projet numérique afin d'indiquer aux équipes de développement les solutions techniques envisagées</p>	<p>Rédaction des spécifications détaillées du projet présentant les livrables détaillés ci-dessous</p>	<p>La qualité des spécifications détaillées est décrite pour chaque livrable (voir ci-dessous).</p>

<ul style="list-style-type: none"> - Établissement de l'arborescence - Établissement du rubricage 	<p>Les spécifications détaillées sont composées de 3 livrables donnant lieu à 3 compétences décrites ci-dessous.</p>	<p>Les spécifications techniques sont évaluées sur l'écrit</p>	
	<p>C3-4.1 Sélectionner les technologies du projet en les justifiant notamment en termes d'adaptation à l'accessibilité de personnes en situation de handicap afin d'évaluer leur pertinence pour le projet et les transmettre aux équipes de développement</p>	<p>E3-4.1 Rédiger un document présentant les choix technologiques du projet</p>	<p>E3-4.Cr1 Les choix technologiques sont pertinents. le document décrit les solutions envisagées et justifie leur utilisation pour le projet notamment concernant leur possibilité d'adaptation à l'accessibilité pour les personnes en situation de handicap</p>
	<p>C3-4.2 Établir l'arborescence du design interactif (site Internet, application, plateforme) afin de présenter les différents types de pages et les possibilités de navigation du projet y compris en terme d'accessibilité pour les personnes en situation de handicap</p>	<p>E3-4.2 Élaborer l'arborescence du design d'interaction (site Internet, application, plateforme)</p>	<p>E3-4.Cr2 L'arborescence présente les différents sections/pages de l'interface et propose une hiérarchisation pour que la navigation soit optimisée y compris en termes d'accessibilité pour les personnes en situation de handicap</p>
	<p>C3-4.3 Établir le rubricage de la solution en présentant le contenu de chaque page (thématique, style rédactionnel, typologie des médias, description du contenu, éléments structurels) afin de prévoir et d'encadrer les différents types de contenus à produire</p>	<p>E3-4.3 Rédiger un document présentant le rubricage des pages du projet</p>	<p>E3-4.Cr3 Le rubricage présente le contenu des différentes sections/pages de l'interface en termes de thématique, style rédactionnel, typologie des médias, éléments structurels) et est pertinent</p>

			par rapport aux objectifs du projet
A3-5 Mise en conformité Loi CEN -Élaboration du registre de base de traitement des données (RGPD) - Rédaction du formulaire de recueil des données personnelles - Rédaction des mentions légales du site Internet - Rédaction des conditions générales de vente (CGV) et/ou d'utilisation du site (CGU)	Mettre en conformité avec la loi CEN le site Internet et/ou l'application afin de respecter la législation. La mise en conformité loi CEN donne lieu à 4 compétences décrites ci-dessous.	Rédaction des divers documents de mise en conformité avec la loi CEN présentant les livrables détaillés ci-dessous Les documents de mise en conformité de la loi CEN sont évalués sur l'écrit	La qualité de la mise en conformité loi CEN est décrite pour chaque livrable (voir ci-dessous).
	C3-5.1 Établir le registre simplifié de traitement des données (RGPD) et le document de désignation du DPO à transmettre à la CNIL afin d'être en conformité avec le RGPD	E3-5.1 Rédiger le registre simplifié de traitement des données (RGPD) et le document de désignation du DPO	E3-5.Cr1 Le registre de base de traitement des données (RGPD) doit contenir la description des éléments collectés, la justification de leur collecte et de leurs utilisations ainsi que leurs durées de conservation et les mesures de sécurité afférentes. Le document de désignation du DPO doit être conforme aux exigences de la CNIL pour lui permettre d'exercer son droit de contrôle
	C3-5.2 Concevoir le formulaire de recueil des données personnelles afin de justifier de la nécessité du recueil de ces données et de permettre aux utilisateurs d'exercer leur	E3-5.2 Rédiger le formulaire de recueil des données personnelles	E3-5.Cr2 Le formulaire de recueil des données personnelles détaille l'ensemble des

	droit RGPD		données collectés et permet aux utilisateurs d'exercer leur droit auprès du DPO
	<p>C3-5.3 Rédiger les mentions légales du site Internet afin d'être en conformité avec la loi CEN</p>	<p>E3-5.3 Rédiger les mentions légales du site Internet</p>	<p>E3-5.Cr3 Les mentions légales du site Internet doivent comporter l'identité du directeur de publication et dans le cas d'une personne morale de l'éditeur, sa raison sociale, forme sociale, capital social, son numéro de Siret, le tribunal de commerce compétent, l'adresse du siège social, la raison sociale de l'hébergeur et l'adresse du siège social, les coordonnées du DPO (mail + adresse postale) et lien pour exercer ses droits, le nom des auteurs du site, la mention du dépôt INPI pour le nom de domaine.</p>
	<p>C3-5.4 Rédiger les conditions générales de vente (CGV) et/ou d'utilisation du site (CGU) afin d'être conforme à la loi CEN et préciser la responsabilité de l'éditeur</p>	<p>E3-5.4 Rédiger les Conditions Générales Vente et/ou les Conditions générales de d'Utilisation qui doivent apparaître sur le site Internet</p>	<p>E3-5.Cr4 Les CGU et dans le cas de e-commerce les CGV doivent respecter toutes les exigences de la loi CEN et du code de la consommation (vente par correspondance)</p>

BLOC DE COMPÉTENCES IV

ÉLABORER UNE STRATÉGIE EMARKETING ET DE COMMUNICATION D'UN PROJET D'ENTREPRENEURIAT NUMÉRIQUE AVEC L'AIDE DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

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
A4-1 Élaboration de la stratégie emarketing - Élaboration du plan de communication digital et de marketing d'automation - Élaboration du plan de référencement SEO - Élaboration du plan de référencement SEM - Élaboration de la stratégie SMO - Élaboration de la campagne de crowdfunding - Création d'une landing page	Élaborer la stratégie emarketing et de marketing d'automation afin de permettre une communication optimisée sur le vecteur digital. Le plan de communication digital décrivant la stratégie emarketing est composé de 7 livrables donnant lieu à 7 compétences décrites ci-dessous.	Rédaction du plan de communication digital pour le projet numérique Le plan de communication digital est évalué sur l'écrit et soutenu devant un jury	Qualité du plan de communication digital voir livrable ci-dessous
	C4-1.1 <i>Pour l'ensemble des compétences énoncées ci-dessous</i> Interroger (prompt engineering) une intelligence artificielle afin de s'aider pour l'élaboration des différents éléments constitutifs d'un plan de communication Évaluer et valider les réponses fournies par l'intelligence artificielle afin de s'assurer de la fiabilité de celles-ci	E4-1.1 Présenter une note de description de la démarche et de la méthodologie de l'utilisation de l'IA pour l'élaboration de sa démarche UX Design et des modalités d'évaluation des réponses de l'IA	E4-1.Cr1 La note de description de la démarche et méthodologie d'utilisation de l'IA permet de démontrer comment l'IA a enrichi de manière pertinente l'élaboration de la stratégie emarketing et a participé efficacement à la conception du projet et comment les processus d'évaluation et de validation des réponses de l'IA ont permis d'apporter une sécurisation de la validité des données proposées

	<p>C4-1.2 Élaborer un plan de communication digital et de marketing d'automation présentant les objectifs, les cibles, les messages et les vecteurs (site internet, blog, réseaux sociaux, newsletter, jeux, etc.) et les techniques de marketing d'automation afin de définir la stratégie de communication sur les vecteurs digitaux et d'assurer une automatisation des opérations marketing et de la gestion de la relation client.</p>	<p>E4-1.2 Création d'un plan de communication digital pour le projet numérique</p>	<p>E4-1.Cr2 <i>Le plan de communication digital</i> présente les objectifs, les cibles, les messages et les vecteurs envisagés (site internet, blog, réseaux sociaux, newsletter, jeux, etc.) de la communication digitale. Il décrit les solutions de marketing d'automation qui assurent l'automatisation des opérations marketing et de la gestion de la relation client. Il est pertinent et réaliste en termes de budget et de mobilisation de ressources par rapport aux moyens de la structure porteuse du projet.</p>
	<p>C4-1.3 Élaborer un plan de référencement SEO qui présente les solutions retenues pour le référencement naturel du site Internet et son accessibilité pour les personnes en situation de handicap conformément aux recommandations du W3C afin de d'assurer la meilleure position possible sur les résultats de recherche des moteurs de recherche</p>	<p>E4-1.3 Rédaction du plan de référencement naturel (SEO) pour le site Internet du projet numérique</p>	<p>E4-1.Cr3 <i>Le plan de référencement SEO</i> présente les solutions retenues pour le référencement naturel. Il détaille les préconisations pour la complétion des balises meta title (structure et choix de mots clés) et meta description, la structure sémantique des balise HTML, la mise en conformité pour l'accessibilité numérique des personnes en situation de</p>

			<p>handicap avec le respect des recommandations du W3C, les mots clés retenus pour le contenu, l'inbound marketing (stratégie de marketing de contenu), les stratégies de netlinking (référencement externe) et le maillage interne. Les recommandations produites permettent d'assurer une optimisation du référencement naturel</p>
	<p>C4-1.4 Élaborer un plan de référencement SEM (référencement payant) afin d'optimiser son retour sur investissement pour les campagnes payantes des solutions Google Ads</p>	<p>E4-1.4 Création du plan de référencement payant (SEM) pour le projet numérique présenté dans un document</p>	<p>E4-1.Cr4 <i>Le plan de référencement SEM</i> présente la structure du compte adwords (campagnes, groupes d'annonces, annonces, mots clés et structure de la longue traîne (termes retenus pour la recherche web) ainsi que le budget retenu et le CPA (coût par acquisition) attendu. Les préconisations présentées permettent une optimisation du retour sur investissement sur les campagnes payantes des solutions adwords</p>

	<p>C4-1.5 Élaborer la stratégie du marketing sur les réseaux sociaux (SMO) incluant le marketing d'influence et la production de contenu (content marketing) accessible pour les personnes en situation de handicap afin d'optimiser sa notoriété, créer une communauté autour de sa marque et de générer plus de trafic vers son offre (acquisition)</p>	<p>E4-1.5 Création d'une stratégie d'optimisation de communication sur les réseaux sociaux (SMO) présentée dans un document</p>	<p>E4-1.Cr5 La stratégie SMO présente les différents réseaux sociaux qui seront mobilisés en fonction des cibles en prenant en compte les problèmes d'accessibilité pour les personnes en situation de handicap, les types de messages, la forme de leur contenu par réseau social, la fréquence des publications, les influenceurs partenaires envisagés, les groupes (facebook, linkedin, forum, etc.) sur lesquels intervenir. Un plan de marketing viral à forte croissance (growth Hacking) est présenté. La stratégie est pertinente par rapport aux enjeux et aux moyens de la marque.</p>
	<p>C4-1.6 Élaborer une campagne de crowdfunding (financement participatif) en choisissant la plateforme, définissant les rewards (récompense aux contributeurs), réalisant le clip vidéo présentant le projet afin d'assurer une communication fédérant une communauté d'utilisateurs précoces (early adopter)</p>	<p>E4-1.6 Création d'une campagne de crowdfunding (financement participatif) présentée sous forme de copie d'écran de la page crowdfunding et d'une vidéo pour le projet numérique</p>	<p>E4-1.Cr6 La campagne de crowdfunding présente le choix argumenté de la plateforme, la maquette de la page du projet, définissant les rewards (récompense aux contributeurs), le clip vidéo présentant le projet. Les différents contenus produits sont en adéquation avec les objectifs définis</p>

	<p>C4-1.7 Créer une landing page (page d'atterrissage des campagnes emarketing) accessible pour les personnes en situation de handicap présentant le produit/service afin de rediriger les internautes vers l'offre</p>	<p>E4-1.7 Création d'une landing page (page d'atterrissage) pour le projet numérique</p>	<p>E4-1.Cr7 La landing page (page d'atterrissage pour les différentes campagnes) présente la promesse du produit/service et ses fonctionnalités propose un call to action (appel à l'action) efficace, un partage sur les réseaux sociaux, les points de contacts et est accessible pour les personnes en situation de handicap. La landing page est suffisamment persuasive y compris par son design pour convertir des prospects</p>
<p>A4-2 Élaboration de la stratégie de communication traditionnelle - Élaboration du plan de communication offline - Élaboration de la stratégie événementielle - Élaboration du média planning - Création de supports de communication</p>	<p>Élaborer une stratégie de communication traditionnelle afin d'assurer une visibilité en dehors du web et de bénéficier de canaux médiatiques 360°.</p> <p>Le plan de communication traditionnelle décrivant la stratégie de communication offline est composé de 5 livrables donnant lieu à 5 compétences décrites ci-dessous.</p>	<p>Rédaction du plan de communication offline du projet et création des contenus visuels</p> <p>Le plan de communication offline est évalué sur l'écrit et soutenu devant un jury</p>	<p>La qualité du plan de communication offline est décrite pour chaque livrable (voir ci-dessous).</p>

visuelle	<p>C4-2.1 <i>Pour l'ensemble des compétences énoncées ci-dessous</i> Interroger (écriture de prompt) une intelligence artificielle afin de s'aider pour l'élaboration des différents éléments constitutifs d'une démarche UX Design</p> <p>Évaluer et valider les réponses fournies par l'intelligence artificielle afin de s'assurer de la fiabilité de celles-ci</p>	<p>E4-2.1 Présenter une note de description de la démarche et de la méthodologie de l'utilisation de l'IA pour l'élaboration de sa démarche UX Design et des modalités d'évaluation des réponses de l'IA</p>	<p>E4-2.Cr1 <i>La note de description de la démarche et méthodologie d'utilisation de l'IA</i> permet de démontrer comment l'IA a enrichi de manière pertinente l'élaboration de la stratégie de communication off line et a participé efficacement à la conception du projet et comment les processus d'évaluation et de validation des réponses de l'IA ont permis d'apporter une sécurisation de la validité des données proposées</p>
	<p>C4-2.2 Élaborer un plan de communication offline présentant les objectifs, les cibles, les messages et les médias retenus afin de définir les stratégies de communication offline de la marque</p>	<p>E4-2.2 Rédiger le plan de communication offline du projet</p>	<p>E4-2.Cr2 <i>Le plan de communication offline</i> présente les objectifs, les cibles, les messages et les médias envisagés en dehors de la communication digitale. Il est pertinent par rapport aux enjeux de la marque et réaliste en termes de budget et de ressources par rapport aux moyens de la structure</p>
	<p>C4-2.3 Élaborer une stratégie événementielle présentant les différents événements prévus lors des premiers mois de vie de la société (soirée de lancement, salons, showroom,</p>	<p>E4-2.3 Rédiger une stratégie événementielle pour le</p>	<p>E4-2.Cr3 <i>La stratégie événementielle</i> présente les différents événements prévus lors des</p>

	etc.) afin d'optimiser l'acquisition de nouveaux clients et le taux de notoriété du produit	lancement du projet et ses premiers mois de vie	premiers mois de vie de la société (soirée de lancement, salons, showroom, etc.). Ils sont pertinents et réaliste en termes de budget pour la structure porteuse du projet
	C4-2.4 Élaborer un plan média (media planning) afin de définir les achats d'espace sur les divers médias retenus, le type de message et la forme, les cibles en prenant soin d'inclure les personnes en situation de handicap, la fréquence et le budget, le ROI escompté pour optimiser le budget de communication	E4-2.4 Rédiger un media planning pour le lancement du projet et sa première année	E4-2.Cr4 Le media planning définit les achats d'espace sur les divers médias retenus, le type de message et leur forme, les cibles y compris les personnes en situation de handicap, la fréquence et le budget, le ROI escompté. Le media planning est pertinent et réaliste en termes de budget induit
	C4-2.5 Élaborer des supports de communication visuelle imprimés (affiche, flyer, PLV, brochure, etc.) en respectant des critères de lisibilité pour les personnes en situation de handicap afin d'assurer une communication offline de l'offre et de la marque.	E4-2.5 Créer des supports de communication visuelle (flyers, affiches, plaquettes, etc.) pour la communication offline du projet	E4-2.Cr5 Les supports de communication visuelle imprimés (flyers, affiches, annonces presse, plaquettes, etc.) respectent la charte graphique de la marque et sont adaptés à leur vecteur et leur cible en termes de message et de design et respectent des critères de lisibilité pour les personnes en situation de handicap.

--	--	--	--

BLOC DE COMPÉTENCES V

RÉALISER DES ÉTUDES ET RÉDIGER DES RAPPORTS EN INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE ET STRATÉGIE D'ENTREPRISE

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>A5-1 Réalisation d'une veille exploratoire et recueil de données pour une étude en intelligence économique en lien avec un domaine du digital</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sélection de l'objet de la recherche - Veille documentaire sur l'objet de la recherche et exploration de la littérature - Identification des concepts et auteurs clés - Réalisation d'interviews d'experts - Conduite d'études qualitatives et/ou quantitatives 	<p>Réaliser une veille exploratoire et documentaire pour une étude en intelligence économique afin de prendre des décisions stratégiques pour une entreprise</p> <p>La réalisation de la veille préparatoire pour l'étude donne lieu à la mise en œuvre de 3 compétences décrites ci-après.</p> <p>Pour l'ensemble des compétences énoncées ci-dessous Interroger (écriture de prompt) une intelligence artificielle afin de s'aider pour l'élaboration des différents éléments constitutifs de la rédaction d'une étude en intelligence économique</p> <p>Évaluer et valider les réponses fournies par l'intelligence artificielle afin de s'assurer de la fiabilité de celles-ci</p>	<p>Rédaction d'une étude en intelligence économique permettant de répondre à une problématique et à des prises de décisions stratégiques</p> <p>Les compétences du bloc sont évaluées transversalement à l'écrit par l'étude rédigée par le candidat et par une soutenance orale devant un jury professionnel</p>	<p>Qualité d'étude en intelligence économique</p> <p>Sur un sujet librement choisi, le candidat est invité à : Rédiger une étude en intelligence économique dans laquelle il doit répondre à une problématique en lien avec le domaine digital (enjeux sociétaux, de marché ou secteurs d'activité, technologiques, de la transformation numérique des métiers incluant des questions liées à l'inclusivité des personnes en situation de handicap ou de lutte contre la fracture numérique. Le candidat doit apporter un savoir et réflexion personnelle sur le sujet (se positionner, prendre parti, etc.). Proposer une revue de littérature et une</p>

			<p>bibliographie le plus large possible du sujet.</p> <p><i>La note de description de la démarche et méthodologie d'utilisation de l'IA</i> permet de démontrer comment l'IA a enrichi de manière pertinente l'élaboration de la démarche de recherche. L'IA a participé efficacement à la conception du mémoire. Les processus d'évaluation et de validation des réponses de l'IA ont permis d'apporter une sécurisation de la validité des données proposées</p>
	<p>C5-1.1 Effectuer une veille documentaire sur un objet de recherche en intelligence économique et stratégie d'entreprise en lien avec le domaine digital sur des enjeux sociétaux, de marché ou secteurs d'activité, technologiques, de la transformation numérique des métiers incluant des questions liées à l'inclusivité des personnes en situation de handicap ou de lutte contre la fracture numérique afin de de recueillir des données et préparer la phase de leur analyse</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sélectionner l'objet de la recherche - Explorer la littérature produite sur l'objet de la recherche - Identifier les concepts et auteurs clés 	<p>E5-1.1 Rédiger une bibliographie commentée des sources documentaires exploitées</p>	<p>E5-1.Cr1 <i>La veille documentaire</i> permet d'identifier les concepts et auteurs clés. Elle sélectionne des sources fiables et de qualités (articles ou ouvrages scientifiques, études professionnelles, auteurs reconnus, interviews d'experts pertinents) en nombre suffisant pour répondre aux questions abordées dans l'étude.</p>

	<p>C5-1.2 Réaliser des interviews en sélectionnant des experts du domaine abordé afin d'apporter des réponses expertes aux divers sujets de l'étude</p>	<p>E5-1.2 Retranscription des interviews d'expert réalisées dans le cadre de l'étude</p>	<p>E5-1.Cr2 Les interviews d'expert apportent des informations et/ou réflexions judicieuses pour l'objet de l'étude. Le choix des personnes interviewées est pertinent en termes d'expertise pour répondre à une partie de la problématique de l'étude. Les questions posées lors de l'interview sont pertinentes au regard de l'objet de la recherche.</p>
	<p>C5-1.3 Conduire des études qualitatives et/ou quantitatives pour une étude en intelligence économique et stratégie d'entreprise afin de répondre à certains points de l'objet de la recherche</p>	<p>E5-1.3 Restitution écrite des études qualitatives et/ou quantitative produite pour une étude en intelligence économique et stratégie d'entreprise</p>	<p>E5-1.Cr3 Les études qualitatives et/ou quantitatives sont conçues avec des modalités rigoureuses permettant de limiter les biais d'interprétation. Les questionnaires sont pertinents, leurs cibles et vecteurs de diffusion sont en cohérence avec l'objet de la recherche. Pour les études quantitatives, le nombre de données recueillies est suffisant pour permettre une analyse statistique pertinente.</p>

<p>A5-2 Structuration et analyse des sources recueillies pendant la phase d'exploration - Création d'une carte heuristique structurant l'étude de littérature - Analyse et interprétation des données et les documents recueillis - Définition d'une problématique - Élaboration du plan de l'études - Élaboration d'un plan d'action - Élaboration d'un plan détaillé de l'étude</p>	<p>Structurer et analyser les sources recueillies pendant la phase d'exploration de l'étude en intelligence économique afin de s'approprier l'objet de la recherche et produire une réflexion personnelle sur ses problématiques</p> <p>La structuration et l'analyse des données recueillies pour l'étude donne lieu à la mise en œuvre de 6 compétences décrites ci-après.</p>		
	<p>C5-2.1 Créer une carte heuristique (mindmap) présentant les pistes et objets de la recherche afin d'orienter le travail de recherche, délimiter son périmètre et structurer les données recueillies pendant la phase d'exploration</p>	<p>E5-2.1 Création d'une carte heuristique (mindmap) structurant les divers sujets de l'objet de la recherche</p>	<p>E5-2.Cr1 La carte heuristique (mindmap) permet d'appréhender l'objet de la recherche dans toutes ses dimensions. Les auteurs et concepts clés sont bien identifiés et les sources afférentes dûment mentionnées.</p>
	<p>C5-2.2 Analyser et interpréter les données et documents recueillis pendant la phase d'exploration afin de s'approprier l'objet de la recherche et produire une réflexion personnelle sur les problématiques afférentes.</p>	<p>E5-2.2 Rédaction d'analyses et interprétation de données et de documents recueillis pendant la phase d'exploration</p>	<p>E5-2.Cr2 L'analyse et interprétation des données et documents recueillies pendant la phase d'exploration témoigne d'une appropriation de l'objet de la recherche par le candidat et de la production d'une réflexion personnelle sur les problématiques afférentes.</p>

	<p>C5-2.3 Définir une problématique afin de circonscrire sa recherche</p>	<p>E5-2.3 Rédaction d'une problématique de recherche pour l'étude en intelligence économique</p>	<p>E5-2.Cr3 La problématique de recherche est suffisamment précise pour bien identifier et circonscrire l'objet de la recherche. La problématique est rédigée sous forme de question</p>
	<p>C5-2.4 Élaborer un plan de l'étude en intelligence économique afin d'identifier ses différentes sections et chapitres et de définir sa structure</p>	<p>E5-1.4 Rédaction d'un plan d'étude en intelligence économique (structuration en sections et chapitres)</p>	<p>E5-2.Cr4 Le plan de l'étude en intelligence économique identifie clairement les différentes sections et leurs chapitres. Il définit une structure pertinente, articulée de manière cohérente et équilibrée pour le futur rapport écrit</p>
	<p>C5-2.5 Élaborer un plan d'action pour la réalisation de l'étude afin de planifier le travail de recherche et d'écriture de l'étude</p>	<p>E5-2.5 Rédaction d'un plan d'action pour l'écriture du mémoire</p>	<p>E5-2.Cr5 Le plan d'action planifie le travail de recherche et d'écriture de l'étude de manière cohérente par rapport au temps alloué</p>
	<p>C5-2.6 Élaborer un plan détaillé de l'étude afin de décrire chaque item du plan de l'étude en présentant le contenu qui sera abordé, les sources qui seront exploitées, les auteurs et concepts qui seront mis à contribution et les questions auxquels ils vont répondre et l'intérêt qu'ils ont par rapport à la problématique</p>	<p>E5-2.66 Rédaction du plan détaillé</p>	<p>E5-2.Cr6 Le plan détaillé de l'étude décrit chaque item du plan de l'étude en présentant le contenu qui sera abordé, les sources qui seront exploitées, les auteurs et concepts qui seront mis à</p>

			contribution et les questions auxquels ils vont répondre et l'intérêt qu'ils ont par rapport à la problématique. Le plan détaillé de l'étude est exhaustif et suffisamment précis pour avoir une idée claire du contenu de l'étude.
A5-3 Communication du résultat de l'étude en intelligence économique - Rédaction d'une note d'intention - Rédaction d'une étude en intelligence économique - Publication de l'étude ou d'une annonce de l'étude sur Internet - Présenter oralement l'étude	Communiquer le résultat d'une étude en intelligence économique afin d'en assurer sa diffusion La communication de l'étude donne lieu à la mise en œuvre de 4 compétences décrites ci-après.		
	C5-3.1 Rédiger une note d'intention afin de présenter les axes de la recherche, les questionnements qu'ils soulèvent et l'intérêt de l'étude afin de promouvoir son étude auprès du public et/ou des commanditaires	E5-3.1 Rédaction d'une note d'intention pour une l'étude en intelligence économique	E5-3.Cr1 La note d'intention présente les axes de la recherche, les questionnements qu'ils soulèvent et l'intérêt de leur étude dans le cadre de la problématique. Elle identifie les auteurs et concepts clés. Elle indique les sources qui seront mobilisées. La note d'intention informe sur la motivation de l'auteur et/ou de son commanditaire par rapport au sujet traité, elle permet également de bien appréhender les intentions

	<p>C5-3.2 Rédiger une étude en intelligence économique et stratégie d'entreprise en lien avec le domaine digital sur des enjeux sociétaux, de marché ou secteurs d'activité, technologiques, de la transformation numérique des métiers incluant des questions liées à l'inclusivité des personnes en situation de handicap ou de lutte contre la fracture numérique afin de retranscrire son travail de recherche</p>	<p>E5-3.2 Rédaction de l'étude en intelligence économique</p>	<p>E5-3.Cr2 L'étude en intelligence économique pour être recevable doit être en lien avec le domaine digital et porter sur des enjeux sociétaux, de marché ou secteurs d'activité, technologiques, de la transformation numérique des métiers incluant des questions liées à l'inclusivité des personnes en situation de handicap ou de lutte contre la fracture numérique. Elle doit contenir un abstract en anglais, au minimum une interview d'expert, avoir une orthographe et une rédaction correcte, présenter une bibliographie commentée. Les sources exploitées doivent être de qualité (auteurs reconnus, articles ou ouvrages scientifiques et/ou académiques, enquêtes professionnelles, etc.). L'étude doit faire preuve d'une richesse de développement qui permette de bien appréhender l'objet de la recherche. L'articulation de l'argumentation est</p>
--	---	---	---

			cohérente et permet de comprendre le cheminement de la pensée. L'auteur a su retranscrire une vision générale de l'objet de la recherche, s'approprier les problématiques et prendre des positionnements personnels
C5-3.3 Publier sur Internet une étude en intelligence économique afin de promouvoir son travail de recherche	E5-3.3 Publication de l'étude en intelligence économique sur Internet	E5-3.Cr3 La publication de l'étude ou son annonce a été réalisée sur des pages Internet dédiées (archives ouvertes, serveurs de thèses, blog, etc.). La publication est rédigée dans une forme qui permet d'assurer une bonne promotion et référencement sur Internet (titre, résumé, hashtags) de l'étude et de son auteur.	
C5-3.4 Présenter oralement une étude en intelligence économique afin de communiquer son travail de recherche à ses commanditaires	E5-3.4 Soutenance orale de l'étude en intelligence économique	E5-3.Cr4 La présentation orale est bien structurée, la gestion du temps est respectée, la qualité du support de présentation est bien adaptée à la vidéo projection et est graphiquement maîtrisée. Le candidat fait preuve de dynamisme et sait	

			<p>captiver l'attention de l'auditoire. Il maîtrise son stress et fait preuve d'assurance. La construction de l'argumentaire est convaincante et bien articulée. Le choix des focus est pertinent. Le candidat fait preuve d'une bonne appropriation de l'objet de la recherche en maîtrisant son vocabulaire technique et en connaissant ses concepts et auteurs clés. Le candidat apporte une vision globale et personnelles</p>
--	--	--	--

Projet de startup : évaluation transverse à l'ensemble des 4 premiers blocs

Le candidat est invité à concevoir un projet de création d'entreprise innovante (startup).

- Identifier un marché et y apporter une solution innovante en termes de design de service et/ou de produit numérique en utilisant la méthodologie lean startup;
- Élaborer un business plan complet constitué d'une étude marketing (étude de marché, benchmark, cible, positionnement, analyse marketing stratégique), d'un business model, d'un plan de développement d'affaire, d'un plan de financement avec un plan de financement initial, un compte de résultat prévisionnel sur 3 ans, d'une trésorerie prévisionnelle sur 18 mois démontrant la viabilité du projet ;
- Identifier les besoins en ressources humaines nécessaires au projet et organiser les postes et les missions ainsi que les relations fonctionnelles des divers collaborateurs dans la future entreprise ;
- Définir la structure juridique de l'entreprise, rédiger et instruire les différents documents relatifs à la création d'entreprise;
- Instruire les divers documents relatifs à la protection de la propriété intellectuelle (enseigne, marque, dessins et modèles, brevet);
- Rédiger un executive summary (résumé pour les dirigeants) pertinent et efficace décrivant le projet et permettant aux futurs investisseurs de comprendre les solutions et atouts du projet par rapport à la concurrence, le business model, le pourquoi l'équipe en place est la bonne, les résultats à date, les objectifs de résultats à 3 ans, les besoins de financement et la demande faites aux investisseurs ;
- Concevoir dans une démarche ux design (conception centrée utilisateur) un design interactif ;

- Élaborer l'identité visuelle du produit ou du service ;
- Créer un prototype fonctionnel de l'application ;
- Créer un cahier des charges fonctionnel, les spécifications techniques et une modélisation de l'application ;
- Élaborer un plan de communication digital et de référencement web pour le lancement du projet ;
- Élaborer un plan de communication traditionnel constitué de relations publiques (plan média, événementiel) et d'objets imprimés (flyer, affiche, PLV, etc.)

Le dossier de la startup est évalué collégialement par les divers formateurs intervenants sur les compétences spécifiques [droit, gestion, marketing, RH, UX design, gestion de projet, communication] puis soutenu devant un jury professionnel.

Le titre s'obtient par l'acquisition des 5 blocs et la validation du projet professionnel