

[RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS, DE COMPÉTENCES ET D'ÉVALUATION DE LA CERTIFICATION PROFESSIONNELLE]

ACFA MULTIMÉDIA / SUPCRÉA

INFOGRAPHISTE

► NIVEAU 5 – CODE NSF 322n-322-320t

Pour enregistrement au Répertoire National des Certifications Professionnelles

Article L6113-1 [En savoir plus sur cet article...](#) Créé par [LOI n°2018-771 du 5 septembre 2018 - art. 31 \(V\)](#)

« Les certifications professionnelles enregistrées au répertoire national des certifications professionnelles permettent une validation des compétences et des connaissances acquises nécessaires à l'exercice d'activités professionnelles. Elles sont définies notamment par un référentiel d'activités qui décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés, un référentiel de compétences qui identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui en découlent et un référentiel d'évaluation qui définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis.

RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS Décrit les situations de travail et les conditions d'exécution des activités exercées, dans le métier ou l'emploi visé	RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES Décrit les compétences (connaissances, savoir-faire & savoir-être) y compris transversales, et les résultats attendus de l'action effectuée	RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION Définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>ACTIVITÉ 1 Analyse de la commande du projet dans son contexte</p> <p><i>L'infographiste échange avec le client en faisant preuve d'écoute active et de reformulation afin d'analyser et identifier ses besoins, établit un diagnostic dans le cadre de la demande de communication du client. Il délimite également le champ d'intervention de la commande en positionnant et définissant le rôle du commanditaire dans un contexte concurrentiel et en tenant compte du budget et du temps alloués.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Prise de connaissance, identification et définition de la demande de communication exprimée par le client. • État des lieux et diagnostic de la stratégie de communication du client et du positionnement de la concurrence. <ul style="list-style-type: none"> • Identification du positionnement du client (Identifier le marché sur lequel opère le client / Identifier les concurrents / Identifier les cibles / Définir l'avantage concurrentiel / Choisir des critères). • Rédaction de propositions pour établir une vision stratégique de communication répondant aux objectifs d'évolution du client. 	<p>C. 1.1 ANALYSER la demande du client en s'appuyant sur les interviews, les échanges avec celui-ci, pour comprendre sa stratégie de communication, ses besoins (exprimés ou non) de communication, en tenant compte d'éventuels handicaps visibles ou invisibles des futurs utilisateurs.</p> <p>C. 1.2 PRODUIRE une analyse exhaustive de l'état du marché (benchmark cartographie des enjeux, cartographie des parties-prenantes...) en identifiant les enjeux, le périmètre de la commande afin d'exprimer des recommandations et en visant à établir un diagnostic et un appui à la définition d'une vision stratégique de communication digitale, afin de délimiter un champ d'investigation et d'établir le préalable au processus d'idéation.</p> <p>C. 1.3 ANALYSER le positionnement, l'univers du client et l'existant au niveau de la concurrence en s'appuyant sur une recherche contextuelle de sa stratégie de communication visuelle, de ses codes et de ses pratiques, en les mettant en perspective avec le positionnement et les usages de la concurrence dans l'optique de circonscrire le champ d'investigation dans le territoire idoine.</p> <p>C. 1.4 RÉDIGER une ou plusieurs propositions argumentées, en réponse à la commande, décrivant la démarche narrative, artistique, et/ou technique envisagée, afin de s'assurer de la bonne compréhension mutuelle et ainsi de valider les choix avec le commanditaire.</p>	<p>Compétences évaluées : C. 1.1 - C. 1.2 - C. 1.3 - C. 1.4</p> <p>Nature de l'évaluation : Sur la base du brief client et de l'analyse de la demande, le candidat devra produire : - Un dossier de recueil des besoins.</p> <p>Modalités de l'épreuve : Présentation orale et écrite de ces dossiers.</p> <p>Supports attendus : - Un dossier de recueil des besoins et d'analyse du contexte de la commande d'un projet de communication digitale. - Une étude du marché complète correspondant à l'univers du client.</p>	<p>CE 1.1 Le contexte dans lequel évolue le commanditaire ainsi que ses attentes et ses besoins sont clairement identifiés.</p> <p>CE. 1.2 Le benchmark, la cartographie des enjeux, la cartographie des parties-prenantes sont identifiés clairement et le marché, les produits, les ressources et la culture graphique sont repérés. Le diagnostic formulé permet d'obtenir une vision stratégique adaptée aux spécificités.</p> <p>CE. 1.3 L'analyse de l'univers du commanditaire (environnement, identité, valeurs...) est la plus exhaustive possible.</p> <p>CE. 1.4 Les propositions de dispositifs visuels sont adaptées aux objectifs d'évolution du client et correspondent à la tendance identifiée chez la concurrence. La cible et les produits de communication adaptés sont définis.</p>

<p>ACTIVITÉ 2 Élaboration du cahier des charges de la commande et formulation des pistes de travail</p> <p><i>L'infographiste repère les enjeux de la commande (objectifs, cibles, planning, moyens techniques, financiers et humains, profils utilisateurs) et définit de ce fait les besoins, les objectifs, la cible et les supports en les faisant valider au commanditaire par le biais d'un cahier des charges.</i> <i>L'infographiste prépare la présentation auprès du commanditaire par le biais d'un cahier des charges qui détermine les grandes lignes du projet (choix techniques, contraintes financières et retroplanning).</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Reformulation de la commande en intégrant tous les impératifs du client dans le cahier des charges. • Définition du contexte et de la problématique, ainsi que des besoins techniques de la commande du projet graphique. • Établissement d'un devis global intégrant tous les postes (supports et matériaux, temps de travail, gestion...). • Proposition d'un rétroplanning de conception, mise en œuvre et déploiement et de livraison du projet graphique. • Définition des objectifs stratégiques de la commande de communication graphique et de leurs évolutions probables. 	<p>C. 2.1 REFORMULER la demande initiale du client en langage technique en une problématique graphique et définir les objectifs stratégiques de la commande en s'appuyant sur le contexte, les besoins et la cible afin de susciter l'approbation du client.</p> <p>C. 2.2 ÉVALUER la faisabilité du projet graphique (les besoins du projet, les besoins humains en termes d'éventuels prestataires, analyser l'environnement du projet, définir ses objectifs) afin d'identifier les pistes de travail et les contraintes de production.</p> <p>C.2.3 ÉTABLIR et identifier les besoins techniques et les compétences nécessaires à la bonne mise en œuvre de la commande, réaliser une étude comparative des différents prestataires dans leurs des modalités techniques et financières afin de pouvoir faire une réponse optimale aux besoins du commanditaire.</p> <p>C. 2.4 EXÉCUTER un choix à partir des différentes propositions techniques et des devis des prestataires sollicités pour tous les postes nécessaires (photographe, rédacteur, développeur web, vidéaste, motion designer...) à la mise en œuvre de la stratégie de communication visuelle et du projet graphique pour y répondre de manière idoine.</p> <p>C. 2.5 PRÉSENTER un rétroplanning afin d'établir factuellement l'organisation et le déroulé du projet graphique, ainsi que les choix techniques (prestataires, supports, formats, techniques d'impression et/ou de mise en ligne), financiers et temporels en les argumentant de de façon étayée par le biais d'un cahier des charges pour les faire valider par le client.</p>	<p>Compétences évaluées : C. 2.1 - C. 2.2 - C. 2.3 - C. 2.4 C. 2.5 - C. 2.6 - C. 2.7</p> <p>Nature de l'évaluation : Rédaction des études d'opportunité et de fonctionnalité permettant d'affirmer la viabilité et l'opportunité du projet en ciblant les besoins du client, définissant clairement la problématique graphiques et les objectifs stratégiques à atteindre. Rédaction d'un cahier des charges comprenant les besoins, les différents prestataires sélectionnés pour le projet ainsi que les coûts de conception et de réalisation, et les éléments d'organisation.</p> <p>Modalités de l'épreuve : Présentation orale et écrite (dossier de mise en situation professionnelle) du cahier des charges. Le dossier sera évalué et soutenu oralement</p> <p>Supports attendus :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rédaction des études d'opportunité et de fonctionnalité - Cahier des charges & retroplanning 	<p>CE. 2.1 La reformulation de la commande est complète, hiérarchisée et claire.</p> <p>CE. 2.2 Le cheminement du projet graphique ainsi que sa mise en œuvre technique et financière sont clairement exprimés.</p> <p>CE. 2.3 Les besoins en prestation sont clairement définis. Les différents coûts sont établis de façon réaliste.</p> <p>CE. 2.4 Le devis global est clair, réaliste et intègre tous les postes du projet graphique</p> <p>CE. 2.5 L'expression est claire et concise, les arguments sont étayés et convaincants. L'efficacité organisationnelle du travail est effective. Le rétroplanning est viable et réaliste. Les coûts induits sont clairement établis.</p> <p>CE. 2.6 Le cahier des charges est stabilisé et réaliste, il reprend les éléments d'organisation, de coût, de conception, réalisation graphique et technique.</p>
---	---	---	---

<ul style="list-style-type: none"> • Rédaction du cahier des charges de la commande de projet graphique. • Présentation / validation du cahier de conception avec le client : choix des supports de présentations, qualités des livrables. 	<p>C. 2.6 RÉDIGER le cahier des charges avec l'objectif de délimiter le champ d'intervention de la production dans le contexte de la commande définie en accord avec le client.</p> <p>C. 2.7 PRÉSENTER et argumenter à l'oral et à l'écrit la proposition commerciale auprès du client dans l'objectif de la lui faire valider.</p>		<p>CE. 2.7 Le cheminement du projet graphique ainsi que sa mise en œuvre technique et financière sont clairement exprimés. La proposition stratégique créée est validée par le client.</p>
<p>ACTIVITÉ 3 Processus d'idéation pour faire émerger des pistes créatives</p> <p><i>Dans le contexte de la commande, l'infographiste élabore un processus d'idéation dans l'objectif de faire émerger des concepts créatifs et des potentielles orientations de travail.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Prise en compte des données collectées en amont (objectifs, cibles) auprès du client et dans l'étude de marché (benchmark). • Processus de recherches créatives, d'expérimentations et pistes graphiques par des roughs d'intention (croquis, dessins, wireframes, maquettes, templates, etc.) pour une représentation physique du concept graphique. • Synthèse des recherches et des pistes par des planches concepts constituant l'avant-projet graphique. 	<p>C. 3.1 ÉLABORER à partir de l'analyse de l'existant, de l'univers et de la concurrence du client, des tendances actuelles, une méthodologie de projet de design dans l'objectif de faire émerger des phases d'exploration et d'idéation.</p> <p>C. 3.2 DÉFINIR les axes et pistes de recherche par le biais d'essais, d'esquisses, de roughs d'intention, de templates, de moodboards, prenant en compte les formats, la typographie, les couleurs, les contraintes techniques, le rapport texte image afin de dégager le concept graphique du projet et de définir son parti-pris et son orientation.</p> <p>C. 3.3 PRODUIRE les outils conceptuels intermédiaires de conception (moodboards, assemblage de visuels, de textes, zoning), afin de faire émerger l'identité graphique et donner du sens et du corps au projet.</p>	<p>Compétences évaluées : C. 3.1 - C. 3.2 - C. 3.3</p> <p>Nature de l'évaluation : Réalisation d'un dossier reprenant les phases d'exploration et d'idéation du projet graphique : explorations / recherches graphiques et concept graphique du projet</p> <p>Modalités de l'épreuve : Présentation orale et écrite (dossier de mise en situation professionnelle) de ce dossier. Le dossier sera argumenté, évalué et soutenu oralement.</p> <p>Supports attendus : - Dossier reprenant les phases d'exploration</p>	<p>CE. 3.1 Les phases d'exploration et d'idéation graphique sont poussées et pertinentes.</p> <p>CE. 3.2 Les outils de conception, de créativité et de création sont adaptés et maîtrisés.</p> <p>CE. 3.3 Les moodboards, les planches concepts, les wireframes et les templates produisent une vision claire et donnent une direction graphique globale. Les pistes graphiques sont innovantes, riches, diversifiées et argumentées.</p>

<p>ACTIVITÉ 4 Développement d'une orientation graphique du projet</p> <p><i>L'Infographiste, fort des éléments collectés précédemment auprès du commanditaire, de sa connaissance liée aux supports envisagés et de sa maîtrise de la composition graphique, formule une orientation graphique par le prisme d'une maquette prototype adaptée aux besoins et aux attendus de la commande.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Composition des éléments de graphique texte/image, mise en page adaptés aux supports techniques. • Déclinaison de l'identité graphique sur les différents supports sélectionnés en prenant en compte les normes environnementales intrinsèques au métier (choix des papiers PEFC et FCS, choix d'imprimeurs écolabellisés, qui respectent la norme ISO 14001 et ont la marque Imprim'Vert, norme ISO 62430, référentiel général d'éco-conception de services numériques (RGESN), Green UX) • Intégration de tous les éléments dans la composition graphique : textes, images, grilles de mise en page, gabarits, typographie. • Développement et réalisation de l'identité graphique et de la charte graphique du projet à partir du concept graphique validé. • Réalisation et développement de la composition graphique du projet et des déclinaisons sur les supports sélectionnés en respectant le cahier des charges. 	<p>C. 4.1 APPLIQUER les axes de composition graphique à partir du concept graphique validé et de la collecte des éléments nécessaires à sa mise en œuvre auprès du client (textes, photos, illustrations, éléments visuels, etc.), pour permettre la compréhension et la visualisation du projet graphique.</p> <p>C. 4.2 RÉALISER des maquettes adaptées à chacun des supports sélectionnés (chemin de fer, zoning, templates, mockups, storyboard, etc.), comprenant les grilles de mise en page adaptées pour que le client puisse avoir une mise en situation circonstanciée du projet.</p> <p>C. 4.3 CONCEVOIR une prémaquette de conception du projet de design graphique (print, web) à partir du concept et des éléments collectés auprès du client pour vérifier la conformité des outils logiciels utilisés avec les attendus du projet.</p> <p>C. 4.4 INTÉGRER tous les éléments graphiques, en s'appuyant sur sa maîtrise des éléments de composition graphiques et sa connaissance des spécificités des supports déployés pour avoir une réponse adaptée et optimisée au regard des normes environnementales.</p>	<p>Compétences évaluées : C. 4.1 - C. 4.2 - C. 4.3 - C. 4.4</p> <p>Nature de l'évaluation : Réalisation de la maquette de conception graphique du projet.</p> <p>Modalités de l'épreuve : Présentation orale et écrite (dossier de mise en situation professionnelle) de la maquette de conception graphique.</p> <p>La présentation sera argumentée, évaluée et soutenue oralement</p> <p>Supports attendus :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Maquette de conception graphique 	<p>CE. 4.1 Les règles de composition graphique et de mise en page sont maîtrisées.</p> <p>CE. 4.2 L'intégration des éléments est complète et professionnelle</p> <p>CE. 4.3 Les logiciels de réalisation graphiques adaptés aux différents supports déployés sont connus et maîtrisés.</p> <p>CE. 4.4 La maquette de conception est finalisée en intégrant une pertinence des choix des supports utilisés (papier labellisé (FCS PEFC), impression écologique...) et le respect des procédés d'impression imposés (norme ISO 9001, marque Imprim'Vert...) ainsi que la norme ISO 62430, référentiel général d'éco-conception de services numériques (RGESN), Green UX si le projet est digital.</p>
--	--	--	---

<p>ACTIVITÉ 5 Validation de l'orientation graphique auprès du commanditaire</p> <p><i>L'infographiste prépare son argumentation en vue de faire adhérer le commanditaire à son parti-pris graphique et que celui-ci valide in fine la prémaquette présentée, pour pouvoir passer à l'étape de finalisation.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Préparation rigoureuse et professionnelle du rendez-vous avec le client. • Présentation orale illustrée de la maquette de conception graphique au client et recontextualisation du projet et explicitation du concept graphique et des choix graphiques des parti-pris opérés auprès du client (argumentation des partis-pris pour donner sens et corps au projet) comprenant tous les supports déployés, en prenant en compte tous les éléments du cahier des charges. • Validation du concept graphique défini avec le client. 	<p>C. 5.1 PRÉPARER en amont le rendez-vous avec le client en étayant l'argumentation, en tenant compte de tous les paramètres (financiers, graphiques, environnementaux et écoresponsables) afin d'avoir les objectifs les plus clairs et précis possibles pour une force de persuasion optimale auprès du client.</p> <p>C. 5.2 PRÉSENTER de façon orale, illustrée, synthétique et complète l'orientation graphique et les choix stratégiques et graphique via une maquette de conception graphique auprès du client afin qu'il ait une vision claire et précise du projet graphique qui répond à sa demande pour susciter son adhésion.</p> <p>C. 5.3 VALIDER la maquette de conception graphique du projet avec le client pour être en capacité de passer en phase de production.</p>	<p>Compétences évaluées : C. 5.1 - C. 5.2 - C. 5.3</p> <p>Nature de l'évaluation : Présentation orale et écrite synthétique et contextualisée (dossier de mise en situation professionnelle) complète et argumentée des phases d'idéation/exploration et de conception graphique du projet.</p> <p>Modalités de l'épreuve : La présentation de l'ensemble de ces éléments sera évaluée et soutenue oralement.</p> <p>Supports attendus : - Maquette de conception graphique</p>	<p>CE. 5.1 Les arguments et objectifs sont pertinemment choisis, étayés et clairement définis.</p> <p>CE. 5.2 L'expression est claire et concise, le vocabulaire employé est professionnel. Les supports de présentation sont professionnels et adaptés au public et au projet. La pertinence du concept, des choix et des partis-pris graphiques est claire et didactique pour donner sens et corps au projet</p> <p>CE. 5.3 La maquette de conception du projet graphique suscite l'adhésion et est validée avec le client.</p>
<p>ACTIVITÉ 6 Réalisation du projet print ou digital</p> <p><i>L'infographiste, en adéquation avec toutes les étapes précédemment validées (respect du cahier des charges et de la charte graphique), effectue une mise en œuvre de toutes les déclinaisons attendues d'un projet print ou digital correspondant aux besoins de la commande client.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Développement et réalisation de la charte graphique du projet à partir du concept graphique défini et de la maquette finale 	<p>C. 6.1 DEVELOPPER l'identité graphique et la charte graphique en respectant les règles de mise en page et de composition, adaptées aux supports définis avec le client, dans l'optique de lui fournir une boîte à outils opérationnelle complète.</p> <p>C. 6.2 RÉALISER le projet print ou digital opérationnel, en répondant aux objectifs de la commande et de la stratégie de communication visuelle établie, en respectant le cahier des charges et en s'appuyant sur la maquette de conception validée avec le client</p>	<p>Compétences évaluées : C. 6.1 - C. 6.2 - C. 6.3 - C. 6.4 - C. 6.6 - C. 6.6</p> <p>Nature de l'évaluation : Réalisation de la maquette finale du projet print ou digital comprenant tous les éléments de langage, charte, et déclinaisons graphiques adaptés à tous les supports, points de contacts définis avec le client.</p>	<p>CE. 6.1 Le langage graphique déployé est cohérent avec le concept graphique et donne du sens et du corps au projet.</p> <p>CE. 6.2 Toutes les déclinaisons graphiques et techniques sont mises en œuvre, elles sont adaptées à tous les points de contact ciblés.</p>

<p>(chemin de fer, grille, zoning, template ...) conforme à l'identité graphique</p> <ul style="list-style-type: none"> • Réalisation et développement de la composition graphique du projet et de ses déclinaisons sur les supports sélectionnés en respectant le cahier des charges (usages et supports définis à partir de la prémaquette validée avec le client). • Compréhension des prérequis en tech (développement, product management), pour collaborer avec les membres de l'équipe. • Exécution de la programmation Front End pour intégrer les éléments visuels et assurer des performances optimales en vitesse de chargement et de réactivité. • Utilisation des règles de mise en page et de composition : format, typographie, lisibilité, hiérarchie visuelle, couleur, équilibre texte/image, iconographie, etc. • Vérification de la conformité du projet final à la charte graphique 	<p>(déclinaisons sur les différents supports définis, suivis de fabrication, livraison) afin de livrer la production qui répond totalement et exhaustivement aux exigences de la commande</p> <p>C. 6.3 ACQUÉRIR les principes de base du développement afin de pouvoir identifier les problématiques éventuelles lors de la mise en œuvre finale et pouvoir échanger avec l'équipe de développement dans une compréhension mutuelle.</p> <p>C. 6.4 MAÎTRISER des technologies telles que HTML, CSS et JavaScript en s'appuyant sur sa connaissance et sa maîtrise technique afin de répondre aux objectifs de référencement (SEO) et les critères de qualité digital : adaptabilité tous supports, accessibilité, compatibilité, performances...</p> <p>C. 6.5 DÉVELOPPER le langage et la charte graphique en respectant les règles de mise en page et de composition, adaptées à tous les supports définis avec le client dans l'optique de lui fournir une boîte à outils opérationnelle complète.</p> <p>C. 6.6 COMPARER la conformité du projet avec le cahier des charges initial et la charte graphique afin de s'assurer de leur adéquation.</p>	<p>Modalités de l'épreuve : Présentation orale et écrite (dossier de mise en situation professionnelle) ces éléments. La présentation sera argumentée, évaluée et soutenue oralement</p> <p>Supports attendus :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Maquette intermédiaire du projet print comprenant tous les éléments - Dossier de mise en situation professionnelle - Maquette de prototypage interactif 	<p>Le langage graphique déployé est cohérent avec le cahier des charges et les intentions et objectifs du client.</p> <p>CE. 6.3 Les principes de base du développement sont clairement intégrés.</p> <p>CE. 6.4 Les logiciels de réalisations adaptés aux différents supports déployés sont connus et maîtrisés.</p> <p>CE. 6.5 La charte graphique est développée de façon rigoureuse et respecte les règles de mise en page et de composition, adaptées à tous les supports définis avec le client. Toutes les déclinaisons graphiques et techniques sont mises en œuvre, elles sont adaptées à tous les points de contact ciblés.</p> <p>CE. 6.6 Les maquettes intermédiaires et la maquette finale du projet print ou digital sont conformes à la charte graphique</p>
<p>ACTIVITÉ 7 Présentation du projet print ou digital</p> <p><i>L'infographiste organise la présentation exhaustive du projet print ou digital dans l'optique de sa validation finale par le commanditaire.</i></p>	<p>C. 7.1 PRÉSENTER oralement les productions en les argumentant de manière étayée et illustrée, ainsi que le projet print ou digital finalisé au client (l'ensemble des productions attendues) pour en vérifier la conformité à la stratégie de communication visuelle, au cahier des charges et à la prémaquette et ce pour susciter l'adhésion du client.</p>	<p>Compétences évaluées : C. 7.1 - C. 7.2</p> <p>Nature de l'évaluation : Présentation orale et écrite synthétique et contextualisée (dossier de mise en situation</p>	<p>CE. 7.1 L'expression est claire et concise, le vocabulaire employé est professionnel. Les arguments sont solides, étayés et convaincants. La vision du projet print ou digital est claire, les supports de</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Préparation soignée et illustrée du rendez-vous avec le client, présentation orale illustrée du projet de design graphique prenant en compte tous les éléments du cahier des charges et argumentation pour susciter l'adhésion du client au projet de design graphique final. • Validation du projet print avec le client pour lancer la phase de finalisation et de livraison, en prenant en compte les normes environnementales intrinsèques au métier (choix des papiers PEFC et FCS, choix d'imprimeurs ecolabellisés, qui respectent la norme ISO 14001 et ont la marque Imprim'Vert, norme ISO 62430, référentiel général d'éco-conception de services numériques (RGESN), Green UX). 	<p>C. 7.2 VALIDER l'ensemble du Le projet print ou digital avec le commanditaire afin de lancer la phase de production et de livraison dans le respect des normes environnementales en vigueur (papier labellisé (FCS PEFC), impression écologique...) et le respect des procédés d'impression imposés (norme ISO 9001, marque Imprim'Vert) et des normes environnementales en vigueur (ISO 62430, référentiel général d'éco-conception de services numériques (RGESN), Green UX).</p>	<p>professionnelle) complète et argumentée des phases d'organisation, coordination et déploiement du projet graphique.</p> <p>Modalités de l'épreuve : La présentation de l'ensemble de ces éléments sera évaluée et soutenue oralement</p> <p>Supports attendus : - Dossier de mise en situation professionnelle</p>	<p>présentation sont professionnels et adaptés au projet.</p> <p>CE. 7.2 Le projet print ou digital suscite dans son ensemble l'adhésion et est validé avec le client.</p>
<p>ACTIVITÉ 8 Exécution de la production technique du projet print ou digital suite à la validation du commanditaire</p> <p><i>Suite à la validation du commanditaire, l'infographiste, dans le respect intégral du cahier des charges, réalise et livre au commanditaire l'ensemble des éléments de la commande print ou digital non sans s'être assuré au préalable de la cohérence technique et de la mise en œuvre nécessaire à un rendu optimal.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Réalisation et finalisation de la commande de communication visuelle en utilisant les 	<p>C. 8.1 CONCRÉTISER la production graphique en réalisant l'ensemble des supports de production attendus par le commanditaire et en s'appuyant sur ses connaissances des différents logiciels de production adaptés aux différents supports (édition papier, web, vidéo...) dans l'objectif de livrer l'ensemble des supports et outils graphiques attendus.</p> <p>C. 8.2 EFFECTUER tous les contrôles techniques nécessaires préalables, (dans le cas du print : bonne conformité des fichiers à imprimer en adéquation avec les normes d'imprimerie, résolution des images, réalisation de fichiers prêt à l'impression (PDF/ X, dans le cas du</p>	<p>Compétences évaluées : C. 8.1 - C. 8.2 - C. 8.3 - C. 8.4</p> <p>Nature de l'évaluation : Présentation orale et écrite synthétique et contextualisée (mémoire de mise en situation professionnelle) complète et argumentée du projet graphique finalisé et des éléments attestant du bon déroulement de la mise en production, de la fabrication et de la livraison du projet (BAT, etc.)</p>	<p>CE. 8.1 Les différents logiciels de productions sont maîtrisés.</p> <p>CE. 8.2 Les contrôles préalables à la mise en production sont effectués</p> <p>CE. 8.3 La production est lancée et le suivi de fabrication réalisé de façon rigoureuse et professionnelle avec les différents prestataires</p>

<p>logiciels adaptés aux différents supports définis.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Réalisation des contrôles adaptés aux supports techniques sélectionnés (préresse, etc.). • Suivi de la fabrication avec l'imprimeur, le développeur et d'autres éventuels prestataires. • Livraison du projet graphique au client, suivi et itération après le lancement, mise en place de canaux de feedback continus 	<p>digital, vérification des contenus et contacts validation du code HTML et CSS, tester l'affichage en responsive).</p> <p>C. 8.3 ASSURER le suivi de fabrication du projet en vérifiant le bon déroulement des différentes étapes de fabrication avec les prestataires (impression, signature du BAT d'impression, mise en ligne) dans un objectif de contrôle qualitatif.</p> <p>C. 8.4 LIVRER au client dans le cadre d'un rendez-vous de réception la globalité des productions attendues en réponse à la commande initiale, dans un objectif de satisfaction de celui-ci.</p>	<p>répondant au cahier des charges validé avec le client.</p> <p>Modalités de l'épreuve : La présentation de l'ensemble de ces éléments sera évaluée et soutenue oralement</p> <p>Supports attendus :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dossier de mise en situation professionnelle - Maquette finale du projet print comprenant tous les éléments - Maquette finale et interactive du projet digital intégrant toutes les composantes du process déployé. 	<p>CE. 8.4 La production finale répond point par point au cahier des charges, elle est réalisée et livrée au client, les remarques sont prises en compte dans un objectif d'amélioration permanent.</p>
--	---	---	--