

REFERENTIEL D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION

Diplôme d'études supérieures en communication multimédia (DESCM)

diplôme visé niveau 6

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Utilisation des outils numériques pour la conception graphique, la communication et la collaboration à distance ▪ Acquisition, traitement, production et diffusion d'informations dans le respect des contraintes de sécurité et de protection des données 	<p>Utiliser les outils numériques de référence et les règles de sécurité informatique et de protection des données personnelles (RGPD) pour acquérir, traiter, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en externe</p>	<p>Atelier collaboratif Pour cet atelier, une réplique d'agence de communication numérique est mise en place. Cette reconstitution d'un environnement à l'état de l'art des pratiques professionnelles permet aux apprenants de manipuler individuellement les outils logiciels de traitement, de production et de diffusion d'information, en particulier dans les domaines suivants :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Création graphique 2. Communication et relation clients 3. UX (Expérience utilisateur) /UI (Interface utilisateur) 4. Gestion des réseaux sociaux 5. Outils bureautiques et collaboratifs <p>Évaluation Les apprenants préparent en binôme des réalisations (maquettes, posters infographiques...) qu'ils présentent à l'oral à un jury professionnel.</p>	<p><u>Atelier collaboratif (Workshop)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Les fonctions de base des principaux outils logiciels pour le design graphique sont maîtrisées - Les fonctions avancées des outils bureautiques et collaboratifs sont maîtrisées : les échanges d'information entre le binôme sont optimisés - Les règles de sécurité informatique et de protection des données personnelles (RGPD) sont respectées - Les réalisations produites par le binôme ont une qualité de rendu comparable à celle attendue en situation professionnelle

REFERENTIEL D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION

Diplôme d'études supérieures en communication multimédia (DESCM)

diplôme visé niveau 6

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analyse et synthèse de données pour documenter une prise de décision ou étayer une argumentation ▪ Identification et sélection des sources d'informations fiables dans le secteur création-communication-numérique 	<p>Identifier et sélectionner avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet</p> <p>Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation</p> <p>Développer une argumentation avec esprit critique</p>	<p>Projet de recherche et conception Ce projet vise à développer l'autonomie de pensée, l'esprit critique et la prise d'initiative. Ce projet est réalisé individuellement et fait l'objet d'un rendu qui doit comporter notamment les éléments suivants :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Identification et qualification des sources d'information scientifiques, professionnelles et sectorielles : création, sciences de la communication et communication numérique 2. Veille métiers, art et technologie 3. Analyse et synthèse mettant en exergue les innovations, les évolutions et les tendances du secteur 4. Recueil et analyse de données selon les méthodes de recherche admises 5. Identification d'une problématique transcrite en cahier des charges créatif 6. Réponse à la problématique par la réalisation d'un livrable créatif <p>Évaluation Chaque apprenant produit un rapport, selon les critères communiqués par l'école.</p>	<p><u>Projet de recherche et conception</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - La capacité à identifier, sélectionner des sources d'information fiables a été démontrée - La bibliographie rassemble des articles récents en lien direct avec l'argumentaire développé, elle est étayée et alignée aux normes APA (<i>American Psychological Association</i>) - La synthèse des tendances est réalisée à partir d'une analyse des métiers et de leurs évolutions - L'analyse du benchmark est argumentée à partir d'une perspective multifactorielle - Le recueil de données primaires et les interviews de professionnels sont réalisés selon les méthodes de recherche admises. - L'argumentation pour défendre la réponse au cahier des charges créatif est étayée par des informations documentées à partir de sources qualifiées - Les limites et mérites du livrable produit sont conscientisés et font l'objet d'une analyse critique

REFERENTIEL D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION

Diplôme d'études supérieures en communication multimédia (DESCM)

diplôme visé niveau 6

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<ul style="list-style-type: none"> Communication à l'écrit et à l'oral en français et en anglais au niveau professionnel 	<p>Se servir aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française pour communiquer efficacement</p> <p>Communiquer par oral et par écrit, de façon claire et non-ambigüe, dans au moins une langue étrangère</p>	<p>Mission en entreprise La dernière année du cursus inclut une mission longue en entreprise. À cette occasion, les capacités relationnelles et communicationnelles à l'écrit ainsi qu'à l'oral sont éprouvées en milieu professionnel.</p> <p>Évaluation Chaque candidat rédige et soutient devant un jury un rapport de mission en partie en langue anglaise.</p>	<p><u>Mission en entreprise</u> <i>Rapport écrit et soutenance orale</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - L'expression écrite en français est explicite et claire, elle produit un impact communicationnel à travers un vocabulaire choisi - L'expression écrite en anglais est explicite et claire - La syntaxe et l'orthographe sont correctement maîtrisés à l'écrit en français et en anglais - Le vocabulaire et le jargon professionnel ont été intégrés et sont mobilisés à bon escient en français et en anglais - Les différents registres d'expression sont maîtrisés à l'oral et à l'écrit en français - Les différents registres d'expression sont partiellement maîtrisés à l'oral et à l'écrit en anglais

REFERENTIEL D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION

Diplôme d'études supérieures en communication multimédia (DESCM)

diplôme visé niveau 6

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<ul style="list-style-type: none"> Identification des champs professionnels visés et construction d'un projet personnel professionnel 	<p>Identifier et situer les champs professionnels potentiellement en relation avec les acquis ainsi que les parcours possibles pour y accéder</p> <p>Caractériser et valoriser son identité, ses compétences et son projet professionnel en fonction d'un contexte</p> <p>Identifier le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs</p>	<p>Sessions immersives en milieu professionnel Des sessions immersives en milieu professionnel sont organisées durant les 3 années du cursus. Les objectifs poursuivis de ces sessions se partagent en grands thèmes, dont :</p> <ol style="list-style-type: none"> Découverte et caractérisation de l'écosystème communication-crédation-numérique sur le territoire. Identification des compétences requises dans les métiers de la communication et de la création en environnement numérique. Auto-évaluation de l'acquis par rapport au requis du marché, analyse des écarts. Maturation et valorisation du projet personnel et professionnel au contact des acteurs professionnels. <p>Évaluation Les candidats produisent un rapport d'immersion individuel écrit et défendu à l'oral devant un jury.</p>	<p><u>Sessions immersives</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Les codes, vocabulaires, rituels et valeurs du champ professionnel visé sont identifiés et intégrés Les appétences et compétences sont conscientisées et ont permis la construction d'un projet personnel professionnel cohérent Le contenu du projet personnel professionnel a évolué grâce aux contacts professionnels établis Les écarts entre les compétences acquises et celles requises pour exercer les métiers visés ont été explicités lors de l'oral

REFERENTIEL D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION

Diplôme d'études supérieures en communication multimédia (DESCM)

diplôme visé niveau 6

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Réalisation de missions professionnelles en équipe et en réseau dans le respect de la RSE et avec la prise en compte des situations de handicap ▪ Analyse réflexive et auto-évaluation de sa propre performance professionnelle 	<p>Situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives</p> <p>Travailler en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet</p> <p>Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique</p> <p>Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité sociale et environnementale</p> <p>Prendre en compte la problématique du handicap et de l'accessibilité dans chacune de ses actions professionnelles</p>	<p>Mission en entreprise La dernière année du cursus comporte une mission longue en entreprise dédiée à la mise en pratique des savoirs acquis par le candidat dans le domaine de la communication, de la création digitale et de la RSE, tels que :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Identification de l'état de l'art de l'entreprise dans son environnement 2. Analyse des écarts entre les pratiques en entreprise et l'état de l'art des outils de communication numérique 3. Travail en équipe, en réseau et en autonomie 4. Mise en œuvre de techniques spécifiques pour améliorer la visibilité de la marque sur le web 5. Analyse de la marque selon des critères de performance RSE <p>Évaluation Les candidats produisent un rapport de mission individuel écrit et défendu à l'oral devant un jury.</p>	<p><u>Mission en entreprise</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Le candidat a su situer son rôle et sa mission dans l'organigramme et l'organisation de l'entreprise - Le candidat a su expliquer sa valeur ajoutée à l'amélioration de la communication de l'organisation - Les solutions proposées prévoient un accès pour les personnes en situation de handicap¹ - Les critères éthiques, déontologiques et la RSE ont été pris en compte pour renforcer l'image de la marque - Les techniques de communication numérique mises en œuvre ont permis une augmentation de la reconnaissance de la marque - Le candidat a su développer une posture réflexive et un regard sur ces comportements et attitudes - Le candidat a pris conscience des écarts entre son auto-évaluation et l'évaluation de sa performance par l'entreprise

¹ Exemple : solutions logicielles avec transcription Text-to-speech pour les mal-voyants

REFERENTIEL D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION

Diplôme d'études supérieures en communication multimédia (DESCM)

diplôme visé niveau 6

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Veille socio-économique, identification des outils et méthodes ▪ Benchmark des nouveaux outils et des nouvelles technologies de communication numérique 	<p>Effectuer une veille socio-économique pour identifier et caractériser les nouvelles tendances et les nouveaux moyens de communications adaptés et accessibles à tous les publics (y compris les personnes en situation de handicap)</p> <p>Conduire une étude d'opportunité pour évaluer le potentiel d'impact communicationnel d'une nouvelle technologie numérique (réalité virtuelle, augmentée et étendue, intelligence artificielle) en prenant en compte les enjeux d'accessibilité et d'inclusion.</p>	<p>Webographie-bibliographie professionnelles L'établissement d'une webographie et d'une bibliographie doit permettre d'alimenter une connaissance approfondie des sources d'information, des outils, méthodes et tendances de la communication numérique, notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recenser l'ensemble des blogs et forums d'influence internet traitant du sujet - Sélectionner des revues professionnelles dans ce domaine - Classifier et présenter les différentes sources d'informations - Faire ressortir les tendances du marché au moment de l'exercice - Évaluer les nouveaux outils et méthodes de communication <p>Évaluation : La webographie-bibliographie fait l'objet d'un rendu écrit individuel. Elle est examinée par un enseignant du domaine.</p>	<p><u>Webographie-bibliographie professionnelles</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Les sources d'information recensées (blogs, sites, forums...) sont récentes et permettent d'avoir une vision globale des outils et tendances dans le secteur de la communication numérique dont ceux qui prennent en compte l'accessibilité et l'inclusion - La webographie rassemblée couvre 3 domaines principaux : outils et méthodes de communication, communication digitale et création numérique - Les revues professionnelles en ligne et hors ligne sont caractérisées - Le lien entre la source d'informations et l'analyse que l'on peut en faire est clairement établi - Les sources d'information ont permis de faire ressortir plusieurs tendances de marché, dont celles en lien avec les nouvelles technologies - La Webographie prend en compte les enjeux d'accessibilité et d'inclusion en communication
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contribution à l'élaboration d'une stratégie de marque et d'un plan de communication multi-canal 	<p>Proposer un positionnement et une stratégie de communication pour développer l'image de marque auprès des publics cibles</p> <p>Elaborer un plan d'action de communication inclusif et éthique en intégrant une réflexion multicanale.</p>	<p>Challenge Agence Par groupe, l'ensemble des apprenants est mis en compétition pour répondre à un besoin lié à une refonte de la stratégie de communication d'un professionnel.</p>	<p><u>Challenge Agence</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - La stratégie de communication est alignée avec un positionnement éthique et responsable de la marque

REFERENTIEL D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION

Diplôme d'études supérieures en communication multimédia (DESCM)

diplôme visé niveau 6

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
	<p>Participer à la définition des objectifs liés au plan de communication pour suivre la performance de chaque action à travers chaque canal</p> <p>Contribuer à la conception de la ligne éditoriale et des principaux messages ou contenus communicationnels dans un environnement multicanal en prenant en compte les enjeux d'accessibilité et d'inclusion.</p>	<p>Organisé en mini-agence, chaque groupe d'apprenants est accompagné par au moins un enseignant professionnel pour l'élaboration de sa proposition. L'objectif est de faire travailler les apprenants sur la stratégie de communication (plan de communication, plan médias, stratégie réseaux sociaux, stratégie web, graphique et/ou print...). À la suite des présentations, le client choisit une proposition qui sera lauréate de ce concours d'agence.</p> <p>Évaluation À la fin de l'exercice, les recommandations font l'objet d'un rendu écrit et d'une présentation orale.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - À chaque segment de marché correspond un message cohérent avec la ligne éditoriale - Les objectifs du plan de communication sont mesurables à partir d'indicateurs de performance explicites - Les recommandations incluent une perspective multicanale, accessible et inclusive - La communication digitale fait l'objet d'un chapitre spécifique où les outils, les cibles, les messages et les canaux de communication sont mis en correspondance - Les propositions sont accueillies favorablement par le client

REFERENTIEL D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION

Diplôme d'études supérieures en communication multimédia (DESCM)

diplôme visé niveau 6

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<ul style="list-style-type: none"> Développement et conduite d'un projet de communication en mode agile ou classique 	<p>Identifier et caractériser le besoin d'un client pour élaborer un cahier des charges fonctionnel</p> <p>- Conduire le projet en prenant en compte les enjeux d'accessibilité et d'inclusion et les enjeux de transitions écologique et en mobilisant les outils et méthodes appropriés (Outil d'organisation d'un projet : diagramme de GANTT) pour produire les livrables au niveau de qualité, délais et prix attendus</p>	<p>Stage de 2^e année – Projet tutoré Le stage de 2^e année prévoit la participation à la conduite d'au moins un projet couplant communication et création digitale. Durant ce projet, les candidats sont amenés à participer à :</p> <ol style="list-style-type: none"> L'identification et la caractérisation du besoin La transcription du besoin dans un cahier des charges fonctionnel Utilisation d'un outil de gestion de projet La mise en oeuvre des techniques de communication numériques <p>Évaluation À la fin de l'exercice, un rapport écrit est produit par le candidat et évalué par un enseignant.</p>	<p><u>Stage de 2^e année – Projet tutoré</u></p> <ul style="list-style-type: none"> L'ensemble des parties prenantes a été contacté et le besoin a été coconstruit, en prenant en compte les enjeux d'accessibilité et d'inclusion et les enjeux de transitions écologique Le cahier des charges fonctionnel reflète l'expression de besoin issu du dialogue avec l'entreprise Les outils de gestion de projet en mode classique ont été mobilisés et sont maîtrisés dans les fonctions basiques De nouveaux outils de communication numérique ont été mis en œuvre et ont permis une amélioration dans un ou plusieurs secteurs tels que : <ol style="list-style-type: none"> Optimisation et animation des réseaux sociaux Acquisition de trafic commercial grâce au web Amélioration UX/UI pour l'internaute sur les sites de l'entreprise Communication acquisition fidélisation de clientèle

REFERENTIEL D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION

Diplôme d'études supérieures en communication multimédia (DESCM)

diplôme visé niveau 6

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
	<ul style="list-style-type: none"> - Interpréter un cahier des charges fonctionnel et technique pour définir les modalités de réalisation d'un projet de communication - Réaliser des maquettes numériques à différents stades de développement pour orienter le client dans ses choix - Proposer une sélection des prestataires externes et des intervenants internes, en se basant sur des critères éthiques et de responsabilité, afin d'atteindre les objectifs du client 	<p>Atelier - mission de conseil</p> <p>Cet atelier dure une semaine au cours de laquelle les apprenants, par groupe, travaillent pour un professionnel qui leur soumet un besoin couplant communication et design. Les équipes sont chargées de :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Interpréter le besoin fonctionnel du commanditaire 2. Maquetter des livrables qui répondent au besoin 3. Recueillir les remarques du commanditaire <p>L'objectif est de produire en temps limité et en tenant compte des contraintes (budget, RH, temps...), un livrable au professionnel (start-up, entreprise, association, institution...) au plus proche de son besoin.</p> <p>Évaluation</p> <p>À la fin de l'exercice, les livrables font l'objet d'un rendu écrit et d'une présentation orale.</p>	<p><u>Atelier – mission de consultant</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Le cahier des charges fonctionnel est correctement interprété : le besoin du client est pris en compte dans les livrables du projet - Les remarques du client sont intégrées dans les livrables - La définition du cahier des charges a évolué au cours du projet en suivant le besoin du client - Le client s'est montré satisfait des livrables produits par les candidats

REFERENTIEL D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION

Diplôme d'études supérieures en communication multimédia (DESCM)

diplôme visé niveau 6

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
<ul style="list-style-type: none"> Conception et réalisation d'un univers graphique pour une marque, un produit ou un service 	<p>Analyser l'actif de marque pour définir en lien avec le client un univers graphique correspondant à son besoin</p> <p>Élaborer une charte graphique avec un client pour concevoir et réaliser de nouveaux supports de communication</p> <p>Concevoir l'univers graphique numérique d'un produit, service ou marque, intégrant les enjeux d'accessibilité et d'inclusion et les enjeux de transitions écologique et aussi les évolutions du règlement général sur la protection des données (RGPD), en mobilisant sa créativité et les outils de traitement d'image</p>	<p>Semaine Studio La semaine Studio est une immersion en situation professionnelle dans une agence de communication numérique reconstituée à l'état de l'art des pratiques professionnelles. Chaque groupe d'apprenants est destinataire d'au moins 2 commandes de travaux qu'il doit réaliser en temps limité dans les conditions similaires à celles rencontrées en milieu professionnel. Les apprenants sont encadrés pour planifier et réaliser leur travail.</p> <p>Évaluation Les apprenants préparent des propositions, des réalisations sous forme de maquettes et des budgets qu'ils présentent à l'oral à un jury professionnel.</p>	<p><u>Semaine Studio</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Les univers graphiques produits sont matérialisés par plusieurs propositions de maquettes dont les caractéristiques sont explicites et prennent en compte les enjeux d'accessibilité et d'inclusion et les enjeux de transitions écologique. - La dimension expositive de l'image est intégrée et exploitée pour faire passer un message - La cohérence entre les caractéristiques de l'actif de marque et celles de l'univers graphique est respectée - La capacité à traiter des informations et à réaliser des actions de qualité dans un temps limité est avérée - Les univers graphiques produits sont créatifs - Les outils de traitement de l'image sont maîtrisés dans leurs fonctions avancées - Les évolutions du RGPD sont respectées
<ul style="list-style-type: none"> Maquettage de l'expérience utilisateur et conception et réalisation d'une interface 	<p>Réaliser ou faire réaliser des maquettages numériques en intégrant les contraintes techniques, ergonomiques, ainsi que l'accessibilité et l'expérience utilisateurs</p> <p>Superviser le développement d'un prototype pour présenter et argumenter ses choix en termes</p>	<p>Atelier – mission de conseil Cet atelier dure une semaine au cours de laquelle les apprenants, par groupe, travaillent pour un professionnel qui leur soumet un besoin de visibilité numérique.</p> <p>Les équipes sont chargées de :</p>	<p><u>Atelier – mission de conseil</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Le cahier des charges fonctionnel est correctement interprété : le besoin du client est pris en compte dans les livrables du projet, sur les aspects techniques, ergonomiques, ainsi que l'accessibilité et l'expérience utilisateurs

REFERENTIEL D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION

Diplôme d'études supérieures en communication multimédia (DESCM)

diplôme visé niveau 6

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
	d'univers graphique et d'expérience clients	<ol style="list-style-type: none"> 1. Interpréter le besoin du client 2. Maquetter des livrables d'interfaces qui répondent au besoin 3. Recueillir les remarques du client 4. Présenter le prototype <p>L'objectif est de produire en temps limité et en tenant compte des contraintes (technique, ergonomique, ...), un livrable pour le professionnel (start-up, entreprise, association, institution...) au plus proche de son besoin.</p> <p>Évaluation À la fin de l'exercice, les livrables sont évalués par un jury.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La définition du cahier des charges a évolué au cours du projet en suivant le besoin du client - Le client se montre satisfait par le prototype de l'interface utilisateur - Le client reconnaît que l'expérience utilisateur proposée lui correspond - L'amélioration de l'expérience utilisateur est vérifiée par, au moins, 3 personnes de la cible identifiée

REFERENTIEL D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION

Diplôme d'études supérieures en communication multimédia (DESCM)

diplôme visé niveau 6

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Élaboration et mise en œuvre d'une stratégie de référencement ▪ Conception et mise en place d'indicateurs de performance pour évaluer les actions de communication 	<p>Mettre en œuvre une stratégie de communication d'optimisation du référencement pour maximiser le trafic numérique lié à une marque ou un produit, en utilisant des outils basés sur l'intelligence artificielle.</p> <p>Mettre en place une communication accessible à tous les publics sur les réseaux sociaux et augmenter la visibilité d'une marque ou d'un produit</p> <p>Suivre l'impact de différentes actions de communication en mobilisant les indicateurs et les outils d'analyse de trafic</p>	<p>Projet professionnel Ce projet individuel vise à encourager l'apprenant à identifier les besoins de communication d'un professionnel de son choix. Pendant la 3^e année de la formation, l'apprenant, accompagné par un enseignant, propose une stratégie de communication numérique adaptée à la demande et accessible à tous les publics. Dans le cadre de ce projet, les éléments suivants sont demandés :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Une stratégie de référencement 2. Une stratégie pour les réseaux sociaux 3. La mise en place des outils de suivi des actions de communication <p>Évaluation Les apprenants préparent des propositions qu'ils présentent à l'oral à un jury</p>	<p><u>Projet professionnel</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Les travaux de référencement sont menés à partir d'une analyse approfondie du contenu communicationnel du site internet - Les préconisations pour améliorer la visibilité du site sont conformes aux règles de référencement auprès des principaux moteurs de recherche - Les propositions pour animer les réseaux sociaux sont conformes à l'image de marque du produit - Les propositions incluent un usage cohérent des plateformes basées sur l'intelligence artificielle - Les critères d'accessibilité à tous les publics sont respectés
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Création et publication de contenus communicationnel sur supports numériques ▪ Contribution à la défense de la réputation numérique d'une marque 	<p>Publier des contenus et des narratifs créatifs pour attirer, capter et fidéliser de nouveaux prospects-clients sur le web</p> <p>Mettre en œuvre un dispositif d'alerte pour détecter toute anomalie et veiller à la réputation</p>	<p>Atelier – mission de conseil Cet atelier dure une semaine au cours de laquelle les apprenants, par groupe, travaillent pour un professionnel sur un projet de création de contenu. À cette occasion, les équipes sont chargées de :</p>	<p><u>Atelier - projet tutoré</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Le besoin du client est correctement interprété : les messages communicationnels sont alignés sur les caractéristiques principales de la marque

REFERENTIEL D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION

Diplôme d'études supérieures en communication multimédia (DESCM)

diplôme visé niveau 6

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
	numérique de la marque en répondant aux attentes des utilisateurs	<ol style="list-style-type: none"> 1. Interpréter le besoin du client en termes de création de contenu communicationnel 2. Proposer des narratives et des messages 3. Recueillir les remarques du client et travailler par itération 4. Mettre en place un système de suivi de la réputation numérique d'une marque, d'un produit ou d'un service <p>L'objectif est de produire en temps limité et en tenant compte des contraintes de positionnement de la marque, un livrable au professionnel (entreprise, start-up, association...) au plus proche de son besoin.</p> <p>Évaluation À la fin de l'exercice, les livrables sont évalués par un jury.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les propositions de contenus et de narratives ont été élaborées en tenant compte des remarques émises durant l'atelier par le client - Les contenus produits permettent de rehausser l'image de la marque - Le dispositif de suivi mis en œuvre permet d'être alerté en cas d'atteinte à la réputation de la marque sur internet - Le client s'est montré satisfait des livrables produits