

Manager de la communication numérique – Niveau 7

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

Prise en compte des situations de handicap

Les référents handicap de l'ILV-IIM (la Responsable de la Scolarité, la Directrice des Programmes et des Etudes plus six autres personnes), joignables via une adresse unique handicap.iim@devinci.fr, reçoivent et accompagnent les étudiants en situation de handicap tout au long de leur parcours.

L'Institut Léonard de Vinci développe ses actions à trois niveaux :

- Intégration dans les référentiels des compétences indispensables aux managers pour une meilleure prise en compte du handicap ;
- Aménagements spécifiques des processus de certification, concernant les méthodes d'acquisition des compétences et les modalités d'évaluation, selon le handicap concerné ;
- Facilitation de l'insertion des personnes handicapées sur le marché du travail.

Les compétences C5 (Bloc 1) et C26 (Bloc 5) du référentiel visent à permettre la prise en compte des situations de handicap par les managers de la communication numérique. La compétence C5 intervient dès la phase de diagnostic, en vue de la mise en œuvre d'un plan de communication inclusif. La compétence C26 concerne les membres de l'équipe-projet.

A ceci s'ajoute la possibilité d'adapter les modalités d'évaluation des futurs certifiés aux personnes handicapées, conformément à la Charte handicap & accessibilité de l'Institut Léonard de Vinci ainsi qu'aux dispositions particulières de l'ILV-IIM (ACCUEIL DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP).

Manager de la communication numérique – Niveau 7

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

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
BLOC 1 : Diagnostic stratégique	<i>Contexte : Afin de répondre aux besoins d'un client, le manager de la communication numérique mène les analyses préalables qui lui permettront de finaliser le cahier des charges du projet.</i>	E2 : Travaux écrits E3 : Etude de cas	<i>Aux critères objectifs listés ci-dessous s'ajoute l'appréciation des compétences sociales et managériales lors des mises en situation professionnelle et des épreuves orales devant le jury.</i>
<p>A1. Analyse de la demande du client</p> <ul style="list-style-type: none"> Analyse des enjeux Reformulation des attentes Définition du périmètre 	<p>C1. À partir d'une demande interne ou externe, dans le cadre d'une rencontre directe, d'un appel d'offres ou d'un « brief », analyser la demande du client en vue de prendre en compte les différentes dimensions de son projet de communication.</p>	<p>E2 – E3. <u>Evaluation sur étude de cas donnant lieu à trois notes écrites remises au jury :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> L'analyse de la demande d'un commanditaire interne ou externe. Une étude de marché de la concurrence, et ses conclusions. La synthèse du positionnement stratégique de l'entreprise et de ses produits. Les dispositions à prendre pour assurer la prise en compte du handicap lors de la campagne de communication numérique. 	<ul style="list-style-type: none"> (C1) Qualité de l'analyse de la demande client <ul style="list-style-type: none"> La méthodologie d'analyse est explicite et cohérente Le candidat démontre un bon niveau de compréhension des enjeux Le candidat reformule précisément les attentes du client interne ou externe Le périmètre de communication est défini (C2, C3) Qualité de la veille concurrentielle et marketing <ul style="list-style-type: none"> La méthodologie de veille est explicite et cohérente L'utilité des informations recueillies en lien avec le projet de campagne est démontrée Le candidat a su réunir ou réaliser les études marketing nécessaires La segmentation des cibles est justifiée et conforme aux analyses marketing
<p>A2. Etudes complémentaires</p> <ul style="list-style-type: none"> Veille concurrentielle Etudes marketing Segmentation de la cible 	<p>C2. Assurer une veille concurrentielle en vue de recueillir des informations sur le contexte interne et externe dans lequel se situera la campagne de communication à réaliser.</p>		
	<p>C3. Segmenter les cibles de communication, sur la base d'études marketing complémentaires, en vue d'alimenter l'analyse stratégique du positionnement de l'entreprise.</p>		

Manager de la communication numérique – Niveau 7
Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

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>A3. Diagnostic du positionnement de l'entreprise et gestion de l'innovation</p> <ul style="list-style-type: none"> Analyse stratégique Positionnement des produits Formulation des propositions d'innovation sur le marché <p>A4. Prise en compte des situations de handicap</p> <ul style="list-style-type: none"> Analyse des situations utilisateurs Identification des difficultés de circulation et d'accès Conception d'interfaces numériques adaptés Mise en œuvre des solutions adaptées aux situations de handicap 	<p>C4. Analyser le positionnement de l'entreprise et de ses produits, à partir de l'analyse des informations recueillies et de la réalisation d'études complémentaires, afin de mettre en évidence ses principaux axes d'innovation concurrentielle.</p> <p>C5. Concevoir des interfaces utilisateurs accessibles, notamment pour les personnes en situation de handicap, en respectant les principes de sécurité, d'ergonomie et de navigabilité, en vue d'une utilisation compatible avec les différents écrans et navigateurs.</p>	<p>E2 – E3. <u>Evaluation sur étude de cas donnant lieu à trois notes écrites remises au jury :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> L'analyse de la demande d'un commanditaire interne ou externe. Une étude de marché de la concurrence, et ses conclusions. La synthèse du positionnement stratégique de l'entreprise et de ses produits. Les dispositions à prendre pour assurer la prise en compte du handicap lors de la campagne de communication numérique. 	<ul style="list-style-type: none"> (C4) Précision de l'analyse stratégique <ul style="list-style-type: none"> - La méthodologie d'analyse est explicite et cohérente - Il positionne clairement les produits de l'entreprise dans son environnement concurrentiel - Les propositions du candidat en termes d'innovation sur le marché sont précisément exposées et justifiées - L'ensemble de la rédaction démontre une bonne aptitude à la réflexion stratégique (C5) : Qualité du traitement de l'accessibilité <ul style="list-style-type: none"> - Le candidat a analysé l'ensemble des accès et interfaces utilisateurs. - L'application du RGAA est conforme aux situations étudiées. - Les recommandations de la norme WCAG 2.1 sont appliquées. - Le candidat présente des propositions réalistes pour la prise en compte du handicap utilisateurs

Manager de la communication numérique – Niveau 7

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

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
BLOC 2 : Conception et mise en œuvre du plan de communication numérique	<u>Contexte</u> : Sur la base de son diagnostic, le manager de la communication numérique conçoit une stratégie de campagne, dont il finalise le cahier des charges.	E2 : Travaux écrits E4 : Mise en situation professionnelle E5 : Présentation orale devant le jury	<i>Aux critères objectifs listés ci-dessous s'ajoute l'appréciation des compétences sociales et managériales lors des mises en situation professionnelle et des épreuves orales devant le jury.</i>
A5. Conception de la stratégie de communication numérique <ul style="list-style-type: none"> • Conceptualisation • Stratégie A6. Définition des modes d'action et choix des canaux de communication <ul style="list-style-type: none"> • Choix des canaux de communication • Elaboration du plan média 	<p>C6. A partir du diagnostic, expliciter le concept porteur de la campagne de communication à réaliser, en vue de faciliter l'élaboration de la stratégie à mettre en œuvre.</p> <p>C7. Elaborer une stratégie de communication numérique adaptée aux objectifs du commanditaire, à son budget et à ses délais, dans le but d'établir un plan de communication cohérent.</p> <p>C8. Dans le respect des délais et du budget, définir les modes de communication les plus pertinents et les actions à conduire, afin d'optimiser le choix des media à utiliser.</p>	<p>E2 – E4 – E5. <u>Mise en situation professionnelle en centre de formation donnant lieu à quatre notes écrites remises au jury et concernant :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Le concept porteur de la campagne • L'identification des compétences à mobiliser • Le budget des actions et le planning de réalisation du projet • La structure et les principaux attendus du cahier des charges <p>Le candidat présente oralement ses propositions et le cahier des charges au jury de certification.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • (C6, C7) Qualité du processus de conception stratégique <ul style="list-style-type: none"> - La méthodologie est explicite et cohérente - Intérêt du concept au regard de la problématique et des objectifs du commanditaire - Cohérence de la stratégie de communication avec le diagnostic - Le plan de communication est réaliste et adapté au budget - Les délais de réalisation sont respectés • (C8) Pertinence des propositions opérationnelles <ul style="list-style-type: none"> - Le candidat justifie les modes de communication définis et le choix des actions à conduire - Il démontre leur efficacité par rapport aux buts recherchés - Le plan média est adapté aux modes et actions retenues - Le plan média est optimisé

Manager de la communication numérique – Niveau 7

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

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>A7. Finalisation du cahier des charges</p> <ul style="list-style-type: none"> • Etude des moyens financiers et ressources humaines nécessaires • Négociation et chiffrage • Organisation et rédaction du cahier des charges 	<p>C9. Négocier les moyens financiers et humains nécessaires et les délais de réalisation des différentes étapes du projet, au cours d'entretiens avec les parties prenantes, dans le but de finaliser le cahier des charges.</p> <p>C10. À partir de la négociation conclue avec le commanditaire, structurer le cahier des charges qui servira de document contractuel et de référence tout au long de la réalisation du projet.</p>	<p>E2 – E4 – E5. <u>Mise en situation professionnelle en centre de formation donnant lieu à quatre notes écrites remises au jury et concernant :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Le concept porteur de la campagne • L'identification des compétences à mobiliser • Le budget des actions et le planning de réalisation du projet • La structure et les principaux attendus du cahier des charges <p>Le candidat présente oralement ses propositions et le cahier des charges au jury de certification.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • (C9) Aptitude à la négociation <ul style="list-style-type: none"> - Les moyens nécessaires sont identifiés - Le candidat a élaboré un chiffrage précis et réaliste - Il démontre sa capacité à conduire les entretiens de négociation - Le budget et les délais sont optimisés • (C10) Qualité et cohérence du cahier des charges <ul style="list-style-type: none"> - La structure du cahier des charges est conforme - Les différentes parties du projet sont intégrées, en accord avec les attentes du commanditaire - La rédaction est précise et conforme aux résultats de la négociation - La présentation au jury est claire et concise - Les réponses aux questions du jury sont pertinentes

Manager de la communication numérique – Niveau 7

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

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
BLOC 3 : Content management (politique de contenus) et gestion des réseaux sociaux	<i>Contexte : La politique de contenus est un aspect essentiel de l'activité du manager de la communication numérique. Il s'agit tout à la fois d'assurer la cohérence des contenus avec la stratégie prédéfinie, et de veiller au respect des règles déontologiques.</i>	E2 : Travaux écrits E4 : Mise en situation professionnelle E5 : Présentation orale devant le jury	<i>Aux critères objectifs listés ci-dessous s'ajoute l'appréciation des compétences sociales et managériales lors des mises en situation professionnelle et des épreuves orales devant le jury.</i>
A8. Gestion de l'e-réputation <ul style="list-style-type: none"> • Définition de la politique de contenus (images et textes) • Prise en compte des règles déontologiques • Configuration des enquêtes de perception 	<p>C11. En cohérence avec le plan de communication numérique et dans le respect des règles déontologiques, définir une politique de contenus (éléments graphiques, images et textes), afin de renforcer l'image de la marque à travers ses sites internet et sa présence sur les réseaux sociaux.</p> <p>C12. Mener des enquêtes adaptées à l'analyse et au suivi de l'évolution de la perception de la marque par les consommateurs.</p>	<p>E2 – E4 – E5. <u>Mise en situation professionnelle en centre de formation donnant lieu à quatre notes écrites remises au jury et concernant :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - La politique de contenus - La méthodologie de l'enquête de perception - La politique de promotion des offres - La stratégie de présence sur les réseaux sociaux <p>Le candidat présente oralement ses propositions au jury de certification.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • (C11) Cohérence de la politique de contenus avec les axes stratégiques de la marque <ul style="list-style-type: none"> - Les éléments graphiques sont traités (images et textes) - Les règles déontologiques sont prises en compte - Les règles de protection des données (RGPD et CNIL) sont respectées - Le candidat a défini une ligne générale de contenus conforme au plan de communication • (C12) Qualité de la méthodologie d'enquête <ul style="list-style-type: none"> - Le candidat a identifié les enquêtes à réaliser pour évaluer la perception de la marque - La méthodologie d'enquête est justifiée

Manager de la communication numérique – Niveau 7
Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

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>A9. Promotion des offres</p> <ul style="list-style-type: none"> Elaboration d'une politique de gestion de la marque sur internet et sur les réseaux sociaux <p>A10. Interaction avec les clients et les prospects</p> <ul style="list-style-type: none"> Elaboration des contenus Mise en place du community management 	<p>C13. Définir les codes de promotion des offres de la marque sur internet et sur les réseaux sociaux, afin de renforcer leur attractivité et la fidélisation des clients.</p> <p>C14. Elaborer des modes de communication avec les clients en cohérence avec l'image de marque et les axes stratégiques de l'entreprise, afin de renforcer leur niveau de fidélisation.</p> <p>C15. Développer une communauté de clients et prospects, grâce à des contenus pertinents, dans le but d'accroître l'impact commercial des actions de communication numérique mises en œuvre.</p>	<p>E2 – E4 – E5. <u>Mise en situation professionnelle en centre de formation donnant lieu à quatre notes écrites remises au jury et concernant :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> La politique de contenus La méthodologie de l'enquête de perception La politique de promotion des offres La stratégie de présence sur les réseaux sociaux <p>Le candidat présente oralement ses propositions au jury de certification.</p>	<ul style="list-style-type: none"> (C13) Qualité de la gestion de marque sur les réseaux sociaux <ul style="list-style-type: none"> Les codes de promotion sont définis La présence de la marque sur internet et sur les réseaux sociaux est assurée La stratégie de présence sur les réseaux sociaux est cohérente avec l'image de marque (C14, C15) Qualité de l'interaction avec les clients <ul style="list-style-type: none"> Le candidat a élaboré des modes de communication adaptés au community management Il démontre leur capacité à générer une interaction positive pour l'image de marque Les contenus sont en ligne avec la stratégie et le plan de communication prédéfinis La présentation au jury est claire et concise Les réponses aux questions du jury sont pertinentes

Manager de la communication numérique – Niveau 7

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

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
BLOC 4 : Marketing digital	<i>Contexte : Le manager de la communication numérique est un expert du marketing digital, à même de mettre en œuvre ses technologies avancées, dans le but de maximiser l'impact des campagnes de communication numérique sur les résultats commerciaux de l'entreprise.</i>	E2 : Travaux écrits E3 : Etude de cas	<i>Aux critères objectifs listés ci-dessous s'ajoute l'appréciation des compétences sociales et managériales lors des mises en situation professionnelle et des épreuves orales devant le jury.</i>
<p>A11. Search engine optimization (SEO)</p> <ul style="list-style-type: none"> Optimisation du référencement sur les moteurs de recherche <p>A12. Search engine advertising (SEA)</p> <ul style="list-style-type: none"> Optimisation de la publicité sur les moteurs de recherche 	<p>C16. Utiliser les techniques du référencement sur les moteurs de recherche pour améliorer la visibilité du site web de l'entreprise en lui faisant gagner des places dans l'ordre des entrées.</p> <p>C17. Mettre en œuvre une stratégie de référencement en vue d'inciter les internautes à s'intéresser aux produits, aux services et au contenu informatif présentés sur le site web de l'entreprise.</p> <p>C18. Mettre en place des liens commerciaux ou publicitaires sur les principaux moteurs de recherche, en cohérence avec la stratégie de l'entreprise, dans le but d'étendre la clientèle.</p> <p>C19. Définir une politique d'achats sur la plateforme Adwords, afin de renforcer l'efficacité publicitaire des annonceurs.</p>	<p>E2 – E3. <u>Evaluation sur étude de cas donnant lieu à quatre recommandations écrites, remises au jury :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Stratégie SEO Stratégie SEA Synthèse SEM Méthodologie d'analyse des données 	<ul style="list-style-type: none"> (C16, C17) Qualité du référencement sur les moteurs de recherche <ul style="list-style-type: none"> Le candidat connaît et sait mettre en œuvre les techniques du SEO Ses propositions sont de nature à augmenter le trafic sur le site internet de l'entreprise (C18, C19) Efficacité de la stratégie publicitaire <ul style="list-style-type: none"> Le candidat connaît et sait mettre en œuvre les techniques du SEA Ses propositions sont de nature à atteindre différentes cibles de clientèle La politique d'achat sur Adwords est cohérente et réaliste

Manager de la communication numérique – Niveau 7

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

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>A13. Search engine marketing (SEM)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mise en place d'une stratégie marketing sur les moteurs de recherche <p>A14. Gestion des données</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organisation de la collecte de données • Mise en œuvre des techniques du Big Data (analyse des données massives) 	<p>C20. Synthétiser les stratégies SEO et SEA dans un plan global de marketing sur les moteurs de recherche, en cohérence avec les attentes du client et sa stratégie de communication numérique, afin d'assurer la complémentarité des différentes actions de référencement.</p> <p>C21. Mettre en œuvre les techniques de collecte et d'analyses des données massives pour affiner l'analyse des comportements des consommateurs.</p>	<p>E2 – E3. <u>Evaluation sur étude de cas donnant lieu à quatre recommandations écrites, remises au jury :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Stratégie SEO • Stratégie SEA • Synthèse SEM • Méthodologie d'analyse des données 	<ul style="list-style-type: none"> • (C20) Pertinence de la stratégie de marketing sur les moteurs de recherche <ul style="list-style-type: none"> - <i>Le candidat connaît et sait mettre en œuvre principes du SEM</i> - <i>La synthèse des stratégies SEO et SEA est correcte</i> - <i>Les différentes actions de référencement sont cohérentes avec l'image de marque</i> • (C21) Efficacité de l'analyse des comportements <ul style="list-style-type: none"> - <i>La méthodologie proposée est adaptée au cas étudié et cohérente</i> - <i>Le candidat démontre sa connaissance de concepts et principes du Big Data</i> - <i>Ses propositions en termes de collecte et d'analyse des données sont pertinentes</i> - <i>Le candidat justifie l'efficacité de la méthode adoptée pour analyser les comportements des consommateurs</i>

Manager de la communication numérique – Niveau 7
Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

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
BLOC 5 : Gestion de projet et management des équipes	<i>Contexte : Le manager de la communication numérique met en œuvre une méthodologie cohérente de gestion de projet et assure le management des équipes parties prenantes du plan de communication numérique.</i>	E2 : Travaux écrits E4 : Mise en situation professionnelle E5 : Présentation orale devant le jury	<i>Aux critères objectifs listés ci-dessous s'ajoute l'appréciation des compétences sociales et managériales lors des mises en situation professionnelle et des épreuves orales devant le jury.</i>
<p>A15. Déclinaison des orientations stratégiques de l'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Déclinaison stratégique • Conduite de réunions <p>A16. Gestion de projet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suivi de projet • Conduite de réunions 	<p>C22. À partir des orientations stratégiques de son entreprise, détailler et expliquer les actions de communication numérique à mettre en œuvre, afin d'obtenir l'adhésion de l'équipe partie prenante.</p> <p>C23. Utiliser les méthodes de gestion de projet agile pour mener à bien la réalisation des actions de communication numérique, dans le respect du budget et des délais, en impliquant les parties prenantes internes et externes dans la réussite de celles-ci.</p>	<p>E2 – E4 – E5. <u>Evaluation par la mise en situation professionnelle durant le stage en entreprise</u></p> <p>Le rapport écrit du stage, soutenu oralement devant le jury, comprend :</p> <ul style="list-style-type: none"> • La description des actions de communication assurées • La méthodologie de gestion de projet utilisée pour les conduire • Une analyse des problématiques de management rencontrées au sein de l'entreprise /du service dans lequel le stage s'est déroulé. 	<ul style="list-style-type: none"> • (C22) Qualité du lancement <ul style="list-style-type: none"> - Le candidat a démontré son aptitude à décliner les axes stratégiques du projet et à convaincre son entourage professionnel - Le détail des actions de communication prévues est complet et clairement exposé - Les comptes-rendus de réunions sont complets • (C23) Efficacité de la gestion de projet <ul style="list-style-type: none"> - La méthodologie choisie est explicite et adaptée - L'implication des parties prenantes est organisée - Les points d'étapes sont précis - Le budget et les délais sont respectés

Manager de la communication numérique – Niveau 7
Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

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>A17. Management des équipes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Encadrement • Détection des difficultés • Propositions d'améliorations • Elaboration de plans de formation et de renforcement des compétences <p>*</p> <p>A18. Prise en compte des situations de handicap (équipe-projet)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analyse des situations de travail • Identification des difficultés d'accès aux informations et outils • Mise en œuvre d'interfaces numériques adaptés • Prise en compte du handicap 	<p>C24. En tenant compte du fonctionnement de son service ou département, proposer de nouvelles organisations contribuant à l'optimisation des moyens et des compétences, afin de faire face aux problèmes de disponibilité de ressources, de surcharge de travail, ou de tensions entre membres de l'équipe.</p> <p>C25. Evaluer les compétences des membres de son équipe, afin de contribuer à leur professionnalisation en mettant en place des actions de formation et de team building.</p> <p>C26. Coordonner l'équipe-projet, en analysant notamment les difficultés des développeurs en situation de handicap, dans le but d'éviter toute discrimination des personnes concernées et d'assurer la réussite du projet, ainsi que l'efficacité collective.</p>	<p>E2 – E4 – E5. <u>Evaluation par la mise en situation professionnelle durant le stage en entreprise</u></p> <p>Le rapport écrit du stage, soutenu oralement devant le jury, comprend :</p> <ul style="list-style-type: none"> • La description des actions de communication assurées • La méthodologie de gestion de projet utilisée pour les conduire • Une analyse des problématiques de management rencontrées au sein de l'entreprise /du service dans lequel le stage s'est déroulé. 	<ul style="list-style-type: none"> • (C24, C25) Qualité du management <ul style="list-style-type: none"> - <i>Le candidat a su contribuer au management de l'équipe de communication numérique, dans le mode adapté</i> - <i>Ses analyses des difficultés rencontrées sont précises et ses propositions pour y remédier sont cohérentes, tant pour la formation des membres de l'équipe que pour son animation au quotidien</i> • (C26) : Qualité de l'inclusion handicap <ul style="list-style-type: none"> - <i>Les situations de travail des sont analysées et les difficultés d'accès identifiées</i> - <i>La configuration des interfaces numériques est adaptée aux situations de handicap</i> - <i>Le candidat a veillé par le dialogue et ses actions concrètes à la bonne intégration des personnes en situation de handicap au sein de son équipe</i> - <i>La présentation au jury est claire et concise</i> - <i>Les réponses aux questions du jury sont pertinentes</i>

Manager de la communication numérique – Niveau 7

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

MODALITES D'EVALUATION

E1 : Questionnaire

(Epreuve écrite en temps limité, questions ouvertes ou fermées)

E2 : Travaux écrits

(Notes de synthèse relatives aux études de cas, rapports écrits, comptes-rendus d'activités en entreprise)

E3 : Etude de cas

(Les études de cas supports des évaluations sont proposées par les entreprises partenaires de l'ILV-IIM)

E4 : Mise en situation professionnelle

(En centre de formation ou sur le terrain durant les périodes en entreprise)

E5 : Présentation orale devant le jury

(Présentation orale individuelle)

Les modalités d'évaluation peuvent être adaptées en fonction des situations des personnes handicapées, conformément à la Charte handicap & accessibilité de l'Institut Léonard de Vinci ainsi qu'aux dispositions particulières de l'ILV-IIM (accueil des personnes en situation de handicap).

BLOCS DE COMPETENCES

Les compétences évaluées sont réparties en cinq blocs :

1. Réaliser un diagnostic stratégique en vue de concevoir un plan de communication numérique
2. Concevoir et mettre en œuvre un plan de communication numérique
3. Concevoir une politique de contenus et de gestion des réseaux sociaux
4. Mettre en œuvre les méthodes et techniques du marketing digital
5. Manager un projet et une équipe de communication numérique

La validation des cinq blocs de compétences est obligatoire pour l'obtention du titre.

La validation partielle d'un bloc n'est pas possible. La validation partielle de la certification est constituée des blocs dont la totalité des compétences à évaluer est reconnue.