

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. »

#### **Candidat en situation de handicap :**

Dans le cadre du respect du règlement d'examen, tout candidat peut saisir le référent handicap du certificateur pour aménager les modalités d'évaluation et obtenir l'assistance d'un tiers lors de l'évaluation. Les supports et le matériel nécessaires à la réalisation des évaluations pourront être adaptés.

Sur conseil du référent handicap et dans le respect des spécifications du référentiel, le format de la modalité pourra être adaptée.

Sur avis motivé du référent handicap le jury de certification peut décider d'exempter le candidat de certains critères d'évaluation. :

- dans la mesure où cela ne remet pas en question la capacité professionnelle globale du candidat
  - si le critère au regard de la nature du handicap n'a pas vocation à s'appliquer dans la pratique professionnelle future du candidat
- Ces deux critères étant cumulatifs.

L'ingénieur de certification s'engage dans la mesure du possible à élaborer des modalités d'évaluation inclusives permettant une adaptation du format. Dans le cas d'une modalité spécifique à une situation de travail, il s'engage à préciser le cadre des aménagements possibles.

RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS	RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES	RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p><b>Activité 1.</b> Définition d'un projet de création graphique.</p> <p>A1.1 Cadrage d'un projet de création graphique</p>	<p>C1.1 Analyser la demande du commanditaire dans le cadre d'un projet de création graphique,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- en s'appuyant sur le brief <i>ou le cahier des charges</i></li> <li>- en approfondissant la compréhension du besoin par le biais d'entretiens</li> <li>- en étudiant l'identité et la culture de l'entreprise, ses marchés, ses concurrents et ses enjeux,</li> </ul> <p>de manière à cerner les attentes, le périmètre et les objectifs du projet.</p>	<p><u>Mise en situation professionnelle</u> : Projet de création graphique. (C1.1 à C1.4)</p> <p>Dans le cadre d'un projet de création graphique réel ou fictif, le candidat devra analyser la demande du commanditaire.</p> <p><u>Livrable</u> : Analyse de la demande</p>	<p>L'analyse de la demande détaille les éléments du brief fourni par le commanditaire. Les objectifs, les cibles, les messages clés, les enjeux et les exigences du projet sont identifiés.</p> <p>Les informations sur l'organisation sont recueillies et analysées (<i>mission, positionnement, valeur, personnalité, stratégie de communication, etc.</i>) L'analyse inclut l'identification des principaux concurrents et de leur stratégie de communication visuelle.</p> <p>Les spécifications techniques du projet ainsi que des livrables à réaliser sont déterminés (type(s) de supports, format, taille, contraintes, etc.)</p>
<p>A1.2 Analyse des tendances et des pratiques en matière de design et de communication visuelle.</p>	<p>C1.2 Réaliser une veille créative en matière de design et de communication visuelle, en s'appuyant sur la recherche, la collecte et l'analyse d'informations sur les tendances et les pratiques du secteur, afin guider les choix créatifs et les orientations visuelles du projet.</p>	<p><u>Mise en situation professionnelle</u> : Projet de création graphique. (C1.1 à C1.4)</p> <p>Dans le cadre d'un projet de création graphique réel ou fictif, le candidat devra réaliser une veille créative et définir les inspirations visuelles du projet.</p> <p><u>Livrable</u> : Dossier de veille créative comprenant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La note d'intention</li> <li>- Les planches d'inspirations (moodboard)</li> </ul>	<p>La note d'intention définit les objectifs, la vision, les valeurs, la mission et le public visé par le projet.</p> <p>Les recherches effectuées couvrent un large éventail de sources (<i>publication spécialisées, site web, blogs, réseaux sociaux, etc.</i>). Les sources sont actuelles.</p> <p>Les tendances et les pratiques actuelles en matière de design et de communication sont analysées. Les</p>

			<p>pratiques courantes et innovantes du secteur sont identifiées.</p> <p>Les préférences et les attentes du public cible en matière de design sont identifiées.</p> <p>Les inspirations visuelles définies sont cohérentes et justifiées par rapport aux tendances analysées, aux objectifs du projet et aux attentes du public cible.</p> <p>Les moodboards permettent de retranscrire les inspirations créatives. Ils montrent une interprétation créative et innovante des tendances actuelles en phase avec les attentes du projet.</p>
<p>A1.3 Planification du projet de création graphique</p>	<p>C1.3 Planifier la réalisation du projet de création graphique,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- en déterminant pour chacune des étapes du projet les ressources nécessaires, les jalons et les livrables associés,</li> <li>- en évaluant et en organisant sa charge de travail</li> </ul> <p>,afin de maîtriser les délais.</p>	<p><u>Mise en situation professionnelle</u> : Projet de création graphique. (C1.1 à C1.4)</p> <p>Dans le cadre d'un projet de création graphique réel ou fictif, le candidat devra planifier les différentes étapes de la création graphique et organiser sa charge de travail.</p> <p><u>Livrable</u> : Rétroplanning</p>	<p>Les différentes étapes clés de la production sont planifiées (<i>recherche et inspiration, conception et esquisses, révision et feedback, finalisation et livraison</i>). Elles sont organisées selon un ordre logique.</p> <p>Les tâches pouvant être automatisées ou assistées par le recourt à l'intelligence artificielle sont identifiées.</p> <p>Pour chacune des phases, les livrables intermédiaires et des livrables finaux sont précisés ainsi que les contraintes temporelles associées.</p> <p>Les ressources nécessaires à la réalisation du projet sont identifiées et planifiées (<i>compétences internes, recours à des prestataires externes, outils, etc.</i>).</p>

			<p>Le rétroplanning proposé est cohérent compte tenu des attentes du commanditaire et des délais à respecter. Les temps estimés pour chaque phase du projet sont réalistes et permettent une anticipation des imprévus (marge de sécurité).</p>
<p>A1.4 Négociation et formalisation de l'offre de création graphique</p>	<p>C1.4 Etablir une proposition de prestation de création graphique chiffrée et détaillée, en :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- explicitant les différentes phases de réalisation du projet au regard du brief ou du cahier des charges,</li> <li>- déterminant les termes de la prestation (<i>coûts, modalités de réalisation, de livraison, de paiement, etc.</i>) au sein d'un devis,</li> </ul> <p>en vue de contractualiser avec le client.</p>	<p><u>Mise en situation professionnelle</u> : Projet de création graphique. (C1.1 à C1.4)</p> <p>Dans le cadre d'un projet de création graphique réel ou fictif, le candidat devra établir une proposition de prestation.</p> <p><u>Livrable</u> : Devis</p>	<p>Les éléments spécifiques à créer (<i>logo, brochure, site web, motion design, etc.</i>) sont détaillés et l'ensemble des phases nécessaires à la réalisation du projet sont définis.</p> <p>Le devis respecte le formalisme attendu. Il comprend les informations générales, une description du projet, le détail des prestations, le coût, l'ensemble des mentions obligatoires, les étapes de réalisation du projet, les délais, le chiffrage, les cessions de droit le cas échéant ainsi que les conditions de paiement.</p> <p>Les coûts estimés sont réalistes et alignés sur les pratiques du marché.</p>
<p><b>Activité 2.</b> Conception et réalisation d'un projet graphique imprimé ou numérique.</p> <p>A2.1 Conception des orientations créatives d'un projet graphique imprimé ou numérique</p>	<p>C2.1 Développer des idées et des concepts créatifs, en s'appuyant sur l'organisation de brainstorming, l'utilisation d'outils génératifs assistés par l'IA, ainsi que la réalisation d'esquisses et de croquis, afin de générer des propositions visuelles et des pistes créatives répondant aux attentes et aux objectifs du projet.</p>	<p><u>Mise en situation professionnelle</u> : Projet de création graphique. (C2.1, C2.2, C2.4, C2.5)</p> <p>Dans le cadre d'un projet de création graphique réel ou fictif, le candidat devra mettre en œuvre une phase d'idéation afin de définir différents concepts graphiques</p>	<p>Le dossier de concept graphique développe des pistes créatives distinctes. Les résultats des sessions d'idéation ainsi que de l'utilisation d'outils génératifs (IA) sont restitués et synthétisés de manière claire et concise.</p>

		<p><u>Livrables :</u> Dossier de concept graphique comprenant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Un récapitulatif des résultats de la démarche d'idéation (<i>brainstorming, carte heuristique, etc.</i>)</li> <li>- Esquisses et croquis</li> <li>- Les pistes créatives (propositions d'univers graphiques : moodboard DA, expérimentations visuelles, logo, etc.)</li> </ul>	<p>Les esquisses et les croquis montrent une exploration visuelle variée et approfondie des idées générées.</p> <p>Les orientations visuelles définies sont cohérentes avec les tendances analysées et les objectifs du projet.</p> <p>Le moodboard illustre clairement les concepts et l'atmosphère générale des pistes créatives.</p>
	<p>C2.2 Effectuer des propositions visuelles de concepts ou de design argumentées, en formalisant et en justifiant les choix réalisés, afin de déterminer, en accord avec le client les orientations créatives du projet.</p>	<p><u>Mise en situation professionnelle :</u> Projet de création graphique. (C2.1, C2.2, C2.4, C2.5)</p> <p>Dans le cadre d'un projet de création graphique réel ou fictif, le candidat devra présenter et argumenter les différentes pistes créatives.</p> <p><u>Livrables :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Présentation du dossier de veille créative et de concept graphique</li> </ul>	<p>Les pistes créatives proposées sont argumentées et justifiées. Elles sont alignées avec les attentes et les objectifs du projet et intègrent les principes d'accessibilité.</p> <p>Les pistes créatives sont présentées, avec une structure logique et une mise en page soignée.</p> <p>Les justifications montrent comment les choix créatifs répondent aux attentes du client et aux objectifs du projet. Les pistes sont alignées avec l'identité de la marque et le brief initial.</p> <p>Les liens entre les inspirations et les choix créatifs sont clairement établis et présentés.</p>
<p>A2.2 Développement graphique de la représentation visuelle de l'identité d'un projet ou d'une marque</p>	<p>C2.3 Concevoir ou refondre l'identité visuelle d'un projet ou d'une marque, en s'appuyant sur le développement des éléments visuels clés de la communication (<i>logotype, palette de couleur, typographie, iconographie et</i></p>	<p><u>Mise en situation professionnelle :</u> Projet d'identité visuelle</p>	<p>L'identité visuelle est en adéquation avec l'image et les valeurs de la marque ou du projet.</p>

	<p><i>illustrations, etc.)</i> tout en veillant au respect des principes d'accessibilité, afin d'en permettre une déclinaison homogène et cohérente sur les différents supports.</p>	<p>Dans le cadre d'un projet fictif ou réel, le candidat devra concevoir l'identité visuelle d'une marque ou d'un projet</p> <p><u>Livrables :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Charte graphique comprenant la note d'intention ainsi que les : <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Normes d'usages : Grille de construction de logo, espace de protection et respiration, taille minimale, univers typographique, univers couleurs, interdit, gestion sur fond, images clés.</li> <li>2. Déclinaisons : Au choix 5 minimum selon la marque ou le projet (papier en tête, carte de visite, stickers, signalétiques, packaging, flyers, affiches, etc.)</li> </ol> </li> </ul>	<p>La note d'intention apporte une explication claire du concept au regard de la marque ou du projet de sa vision, son positionnement sur le marché, etc.</p> <p>Le design du logotype répond aux besoins spécifiques de la marque ou du projet (<i>reconnaissance, mémorabilité, différenciation, etc.</i>).</p> <p>La charte graphique détaille avec clarté les règles et normes d'usage des différents éléments constituant l'identité visuelle du projet : grille de construction, du logo, espace de protection et respiration, taille minimal, univers typographiques, univers couleurs, interdit, gestion sur fond, images clés.</p> <p>La palette de couleur et les polices de caractères sont cohérentes avec l'image de marque. Les couleurs et la typographie sont adaptées aux divers supports et formats de communication et respectent les principes d'accessibilité (contraste, lisibilité).</p> <p>La charte graphique permet une déclinaison uniforme de l'identité visuelle sur différents supports. Les éléments visuels sont conçus pour être adaptables à différents formats et supports de communication.</p> <p>La charte graphique intègre les pratiques de conception durable (éco-fonts, limitation des aplats de couleurs, etc.).</p>

<p>A2.3 Réalisation des supports visuels d'un projet de création graphique</p>	<p>C2.4 Concevoir les maquettes graphiques à partir des logiciels dédiés, en s'appuyant sur l'utilisation d'outils intégrant l'IA pour la conception et la mise en page des contenus graphiques, illustratifs et typographiques, tout en veillant au respect des spécificités de chaque support (formats prédéfinis, responsive design, accessibilité, etc.), afin d'obtenir la validation du commanditaire.</p>	<p><u>Mise en situation professionnelle</u> : Projet de création graphique. (C2.1, C2.2, C2.4, C2.5)</p> <p>Dans le cadre d'un projet de conception graphique réel ou fictif, le candidat devra élaborer les maquettes graphiques.</p> <p><u>Livrables</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Projet d'édition imprimé ou numérique</li> <li>- Déclinaison des éléments de communication imprimés ou numériques : goodies, affiches, cartes postales, site internet, application, motion, etc.)</li> </ul>	<p>Les éléments graphiques, illustratifs, et typographiques sont harmonieux et cohérents entre eux.</p> <p>Les règles de mise en page (équilibre, marges, blanc tournants et formats, etc..) sont respectées.</p> <p>Une grille typographique cohérente est mise en place.</p> <p>Les principes de hiérarchisation de l'information et des niveaux de lecture sont maîtrisés.</p> <p>Les déclinaisons graphiques (<i>éléments de communication</i>) développées prennent en compte les normes d'accessibilité (<i>contraste, équilibre, hiérarchie visuelle</i>)</p> <p>La contribution de l'utilisation des outils intégrant l'IA à l'amélioration du projet ainsi que leurs limites sont explicitées.</p>
<p>A2.4 Finalisation des livrables d'un projet de création graphique</p>	<p>C2.5 Préparer les fichiers finaux en vue de leur impression ou de leur utilisation numérique, en veillant au respect des spécifications techniques propres aux supports de diffusion tout en intégrant des pratiques éco-responsables, afin de garantir une reproduction qualitative et fidèle des éléments visuels.</p>	<p><u>Mise en situation professionnelle</u> : Projet de création graphique. (C2.1, C2.2, C2.4, C2.5)</p> <p>Dans le cadre d'un projet de conception graphique réel ou fictif, le candidat devra préparer et livrer les fichiers finaux conformément aux spécifications techniques des différents supports de diffusion.</p> <p><u>Livrables</u> : Dossier des livrables du projet de création graphique (<i>affiche, édition, déclinaisons des éléments de communication imprimés</i> :</p>	<p>Les maquettes sont exportées dans les formats adaptés à chaque support de diffusion (<i>impression, web, etc.</i>) garantissant une reproduction fidèle des visuels.</p> <p>Les pratiques éco-responsables sont appliquées (optimisation des fichiers d'impression ; réduction des aplats, optimisation de la disposition des éléments, compression des fichiers numériques, etc.).</p>

		<p><i>goodies, affiches, cartes postales, site internet, application, motion, etc.)</i></p>	<p>Les spécifications techniques liées aux différents supports sont respectées (<i>dimensions, marges, bords perdus, zones de sécurité pour l'impression, normes de couleur, etc.</i>).</p> <p>La nomenclature et l'organisation des fichiers suit une structure claire et logique facilitant leur identification et leur utilisation.</p>
<p><b>Activité 3.</b> Conception et réalisation de contenus animés (<i>motion design</i>)</p> <p>A3.1 Scénarisation des contenus du motion design.</p>	<p>C3.1 Concevoir le storyboard du motion design, en planifiant et en illustrant l'ensemble des séquences composant le scénario, conformément au cahier des charges et aux orientations de la direction artistique, afin de permettre une validation des contenus, des messages et des animations.</p>	<p><u>Mise en situation professionnelle</u>: Projet de motion design (C3.1 à C3.3)</p> <p>Dans le cadre d'un projet de motion design réel ou fictif, et à partir du cahier des charges et des orientations de la direction artistique, le candidat devra produire le storyboard.</p> <p><u>Livrable</u> : Storyboard</p>	<p>Le storyboard présente une cohérence narrative (<i>respect de la chronologie des événements, arc narratif identifiable, etc.</i>). Les éléments visuels et narratifs de chaque scène se poursuivent logiquement d'une scène à l'autre.</p> <p>Chaque vignette est accompagnée d'annotations permettant une description concise de l'action (mouvement de caméra, iconographie de fléchage, etc.). Les annotations sont précises et facilitent la compréhension dynamique de la scène, des actions et des transitions.</p> <p>Le storyboard comprend une planification temporelle. La durée de chaque scène ou transition est précisée.</p> <p>Le storyboard respecte les spécifications du cahier des charges et les orientations de la direction artistique.</p>
<p>A3.2 Conception de l'univers graphique du motion design</p>	<p>C3.2 Elaborer la composition graphique du motion design, en s'appuyant sur la création et le maquetage des différents éléments</p>	<p><u>Mise en situation professionnelle</u>: Projet de motion design (C3.1 à C3.3)</p>	<p>Les <i>styleframes</i> sont fidèles aux directives du brief et au storyboard du projet.</p>

	visuels ( <i>illustrations, typographies, prises de vues, etc.</i> ), afin de créer un cadre engageant et efficace dans la transmission du message souhaité.	<p>Dans le cadre d'un projet de motion design réel ou fictif, le candidat devra créer les éléments visuels du projet et réaliser le maquettage.</p> <p><u>Livrables :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Maquettes (<i>styleframes</i>) des principales scènes clés</li> </ul>	<p>Les choix de la direction artistiques sont motivés et argumentés.</p> <p>Les éléments graphiques produits sont en cohérence avec les orientations de la direction artistique.</p> <p>Les éléments graphiques contribuent à renforcer et à clarifier le message ou l'histoire.</p>
A3.3 Production du motion design	C3.3 Réaliser le motion design, en s'appuyant sur l'import, l'animation et la synchronisation des différents assets ( <i>sonores et graphiques</i> ), à partir des logiciels dédiés, afin d'obtenir un produit final conforme au storyboard et au cahier des charges.	<p><u>Mise en situation professionnelle :</u> Projet de motion design (C3.1 à C3.3)</p> <p>Dans le cadre d'un projet de motion design réel ou fictif, le candidat devra produire le motion design final</p> <p><u>Livrable :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Motion design final</li> </ul>	<p>Les animations sont fluides et rythmées. La direction artistique est préservée dans son ensemble.</p> <p>Les éléments sonores sont correctement synchronisés avec les éléments visuels. La bande sonore permet de renforcer le message visuel (<i>synchronisation avec les mouvements et le rythme de l'animation</i>).</p> <p>Le motion design respecte contraintes techniques et les spécifications définies (<i>format, taille, etc.</i>) au regard des canaux de diffusion choisis.</p>
<p><b>Activité 4.</b> Conception d'un design d'interface utilisateur</p> <p>A4.1 Conception de l'architecture de l'interface utilisateur.</p>	<p>C4.1 Participer à la définition de l'interface utilisateur en collaboration avec les différentes parties prenantes (<i>commanditaire, directeur artistique, équipes fonctionnelles, techniques, etc.</i>), en :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Clarifiant les objectifs de chaque écran,</li> <li>- Priorisant les informations à faire figurer dans chaque écran au regard des problématiques d'accessibilité et de design inclusif ainsi que des contraintes impactant l'interface,</li> </ul>	<p><u>Mise en situation professionnelle :</u> Projet de design d'interface (C4.1 à C4.3)</p> <p>Dans le cadre d'un projet de design d'interface, réel ou fictif, le candidat devra structurer l'architecture de l'information de l'interface utilisateur.</p> <p><u>Livrables :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Arborescence</li> <li>- User Journey (parcours utilisateur)</li> </ul>	<p>Les objectifs de chaque écran sont analysés et les informations de l'interface utilisateur sont priorisées (<i>fonctionnalités prioritaires, contenus majeurs, parcours prioritaires, etc.</i>) compte tenu des besoins et des exigences de l'utilisateur (<i>techniques, ergonomiques, graphiques</i>).</p> <p>L'arborescence organise les informations de manière logique et intuitive (<i>structure</i>).</p>

	afin de guider la conception.		<p><i>hiérarchique claire, intitulés explicites, limitation du nombre de clics, etc.)</i></p> <p>L'arborescence permet aux utilisateurs de naviguer sans confusion avec une compréhension immédiate des différents éléments qui composent l'interface (page, actions utilisateur, parcours utilisateur, etc.)</p> <p>L'arborescence suit une structure hiérarchique flexible permettant de s'adapter aux différentes tailles d'écran et assurant une navigation fluide et une limitation du nombre de clics.</p>
	<p>C4.2 Concevoir la structure de l'interface utilisateur, en définissant et positionnant les différentes zones fonctionnelles de la page (<i>zoning</i>) ainsi qu'en détaillant les contenus de ces dernières (<i>wireframing</i>), en vue de faire valider l'organisation générale des pages du projet et leur aspect fonctionnel.</p>	<p><u>Mise en situation professionnelle</u> : Projet de design d'interface (C4.1 à C4.3)</p> <p>Dans le cadre d'un projet de design d'interface, réel ou fictif, le candidat devra réaliser le travail de zoning et concevoir les maquettes fonctionnelles de l'interface utilisateur.</p> <p><u>Livrables</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Maquettes fonctionnelles (<i>wireframes</i>) des pages clés de l'interface utilisateur (<i>home page, landing page, page produit, etc.</i>)</li> </ul>	<p>Le zoning respecte les principes de clarté et de simplicité. Les zones sont clairement définies et hiérarchisées selon leur importance (<i>disposition propre et ordonnée</i>).</p> <p>Les wireframes permettent de préfigurer le fonctionnement de l'interface utilisateur, avec une ventilation et un positionnement logique des fonctionnalités et contenus au sein de l'écran.</p> <p>Les maquettes sont ergonomiques et bien structurées, avec une utilisation de formes en phase avec le concept pour représenter les éléments, des intitulés explicites, et une organisation logique des éléments.</p> <p>L'organisation des éléments et le système de navigation imaginés respectent, les</p>

			fonctionnalités souhaitées et validées par le client, et les bonnes pratiques en matière de design inclusif et d'écoresponsabilité.
A4.2 Réalisation du design graphique d'une interface utilisateur	C4.3 Elaborer les maquettes graphiques et interactives de l'interface utilisateur en adéquation avec l'identité visuelle du projet, en réalisant l'ensemble des éléments visuels dans le respect des règles de confort, de navigation, d'éco-conception et d'accessibilité, afin de soumettre au commanditaire une représentation détaillée de l'apparence de l'interface.	<p><u>Mise en situation professionnelle</u> : Projet de design d'interface (C4.1 à C4.3)</p> <p>Dans le cadre d'un projet de design d'interface, réel ou fictif, le candidat devra réaliser les maquettes graphiques de l'interface utilisateur.</p> <p><u>Livrables</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Maquettes graphiques des pages clés de l'interface utilisateur et maquettes interactives</li> </ul>	<p>Les maquettes graphiques et interactives sont cohérentes et permettent de simuler avec précision l'expérience de l'interface utilisateur.</p> <p>Les maquettes maintiennent une uniformité dans l'utilisation des couleurs, des typographies, des icônes et des styles graphiques à travers toutes les pages et suivent les lignes directrices de design définies par la charte graphique.</p> <p>La disposition générale des maquettes est claire et lisible, les éléments cliquables sont de taille suffisante pour être facilement utilisables (<i>règles de confort</i>)</p> <p>Les normes d'accessibilité sont respectées (<i>contrastes suffisants permettant d'assurer une bonne lisibilité du texte, taille du texte, etc.</i>)</p> <p>Les éléments visuels sont intuitifs et clairement identifiables. Les icônes, les boutons sont reconnaissables et comprennent des étiquettes explicites si nécessaires.</p> <p>Le format des maquettes est adapté au support du projet garantissant une expérience utilisateur optimale et adaptative (<i>site web, application, etc.</i>) et permet de limiter les ressources</p>

			énergétiques nécessaires au chargement des contenus.
<p><b>Activité 5.</b> Développement de son activité de concepteur designer graphique.</p> <p>A5.1 Définition et promotion son activité de design graphique</p>	<p>C5.1 Développer son activité de design graphique, en définissant sa vision et son offre, en élaborant sa proposition de valeur, en déterminant son positionnement et en développant sa présence en ligne vue de maximiser ses chances d'intégration sur le marché.</p>	<p><u>Mise en situation professionnelle</u> : Projet de développement professionnel (C5.1 à C5.3)</p> <p>Dans le cadre du développement de son projet professionnel, le candidat devra réaliser une présentation de ses projections professionnelles.</p> <p><u>Livrable</u> : Dossier de présentation du projet professionnel comprenant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le positionnement dans l'écosystème du graphisme</li> <li>- La proposition de valeur</li> <li>- L'identité visuelle</li> <li>- Preuves du développement d'une présence en ligne</li> </ul>	<p>Le candidat identifie ses compétences clés et ses domaines de prédilection (<i>motion design, webdesign, illustration, identité visuelle, etc.</i>).</p> <p>Le dossier de présentation du projet professionnel permet de mettre en avant le parcours créatif, académique et professionnel du candidat.</p> <p>L'offre et la vision du candidat sont déterminées. Elles tiennent compte des besoins du marché, des tendances de l'industrie, et des aspirations personnelles du candidat.</p> <p>Le candidat identifie son positionnement dans l'écosystème du graphisme et met en avant la valeur ajoutée de son offre.</p> <p>L'identité visuelle est cohérente avec la proposition de valeur.</p> <p>La présence en ligne du candidat projette une image professionnelle et crédible.</p>
	<p>C5.2 Mettre en œuvre une démarche de prospection, en :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- identifiant les clients potentiels et les opportunités de collaborations (<i>bases de données professionnelle, outils de recherche de prospects, plateformes de freelance, etc.</i>)</li> </ul>	<p><u>Mise en situation professionnelle</u> : Projet de développement professionnel (C5.1 à C5.3)</p> <p>Dans le cadre d'une activité professionnelle (<i>stage d'une durée minimale de 5 semaines, alternance, activité indépendante, etc.</i>) le candidat devra rédiger un dossier d'analyse comprenant :</p>	<p>La démarche de prospection mise en œuvre est adaptée aux caractéristiques des prospects visés.</p> <p>Les canaux de prospection définis (<i>emails, appels téléphoniques, réseaux sociaux, événements, etc.</i>) sont</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- déterminant les méthodes, les canaux de prospection ainsi que les approches à adopter</li> </ul> <p>en vue de développer ses opportunités professionnelles.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La démarche de prospection mise en œuvre,</li> <li>- Une analyse réflexive de la pratique professionnelle</li> </ul>	<p>appropriés pour atteindre les cibles définies.</p> <p>Le candidat démontre une posture professionnelle et une hauteur de vue, il dresse un bilan critique de son expérience (succès et défis rencontrés).</p> <p>Le candidat explicite ses interactions dans l'écosystème professionnel en illustrant comment ces interactions ont contribué au développement de son réseaux professionnel.</p>
A5.2 Valorisation de son activité de concepteur designer graphique	C5.3 Promouvoir son activité à travers la présentation de ses travaux professionnels et personnels au sein d'un portfolio, afin de mettre en valeur ses compétences et son expertise.	<p><u>Mise en situation professionnelle</u> : Projet de développement professionnel (C5.1 à C5.3)</p> <p>Dans le cadre du développement de son projet professionnel, le candidat devra créer et alimenter son portfolio et en faire la présentation.</p> <p><u>Livrable</u> : Portfolio</p>	<p>Le portfolio présente des travaux diversifiés (<i>styles et supports différents</i>) permettant de mettre en avant les compétences du candidat.</p> <p>Les créations exposées sont mises en contexte par le biais d'étude de cas/description de chaque projet (<i>contexte, objectifs, défis et solutions apportées</i>).</p> <p>Le portfolio propose une présentation visuelle soignée et respectant les codes professionnels (<i>mise en page, image hautes résolution, etc.</i>)</p> <p>Le candidat met en avant son parcours de façon claire et structurée.</p>