

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
<b>Bloc de compétences 1 : Identifier le besoin de design graphique du commanditaire</b>			
A1.1. Analyse du brief du commanditaire en matière de design graphique dans un cadre inclusif et durable	C1.1.1. Mener une veille continue sur les tendances graphiques, dans ses dimensions artistiques technologiques et sociétales, en analysant régulièrement les évolutions du marché et en adoptant les nouvelles pratiques, afin d'intégrer ces éléments dans les projets graphiques et ainsi les rendre à la pointe de l'innovation et de la demande des utilisateurs.	<u>E1 - Mise en situation professionnelle</u>  <b><u>REALISATION D'UN CAHIER DES CHARGE DE PROJET DE DESIGN GRAPHIQUE EN REPONSE AU BRIEF</u></b>  Dans le cadre d'un brief de commanditaire simulé ou réel, le candidat réalise un cahier des charges de design graphique en réponse à la demande du commanditaire.  Ce dossier inclut une analyse de veille sectorielle et des tendances graphiques intégrées dans le projet, une identification précise des besoins graphiques, des valeurs, de la vision et des cibles du commanditaire, des recherches artistiques et techniques proposant des pistes créatives, ergonomiques et responsables, ainsi qu'une ou plusieurs propositions écrites et visuelles et argumentées en réponse au brief, prenant en compte les contraintes de temps et de budget.	La veille graphique est formalisée et actualisée. La diversité et la fiabilité des sources de veille couvrent les aspects artistiques, technologiques, et sociétaux du design graphique. Elles incluent des tendances émergentes, des études de marché, des innovations techniques et des évolutions culturelles.  Les nouvelles pratiques graphiques identifiées sont mises en œuvre dans les projets pour répondre aux attentes du commanditaire et des utilisateurs et se conformer aux normes actuelles (Eco-conception, RGAA : référentiel général d'amélioration de l'accessibilité, etc.).
	C1.1.2. Identifier le besoin graphique du commanditaire, en analysant le brief et en déterminant son identité visuelle actuelle, ses valeurs, sa vision et ses cibles dans une optique inclusive et durable, afin de positionner le projet de design graphique dans son environnement, et savoir répondre à la demande.		Le brief du commanditaire est analysé en profondeur pour comprendre les besoins, objectifs, et contraintes spécifiques du projet de design graphique.  L'identité visuelle existante du commanditaire est correctement évaluée, en prenant en compte ses valeurs, sa vision, et ses cibles.  Le projet de design graphique est positionné de manière à être inclusif et durable, en tenant compte des principes d'accessibilité et de responsabilité environnementale.

	<p><b>C1.1.3. Effectuer des recherches artistiques et techniques de design graphique en lien avec l'analyse du brief</b>, en faisant ressortir des pistes pertinentes, créatives, ergonomiques et soucieuses des impacts environnementaux, au regard des tendances, des évolutions graphiques et des cibles identifiées via la veille sectorielle et concurrentielle, afin de répondre à la demande du commanditaire avec des pistes de design graphique différenciantes, inclusives et responsables.</p>	<p>Le dossier se conclut par la formalisation d'un cahier des charges détaillé comprenant les objectifs opérationnels, l'évaluation des risques et les ressources nécessaires.</p> <p>Le candidat présente son dossier lors d'une soutenance orale devant un jury d'experts et remet le dossier complet.</p>	<p>Les recherches artistiques et techniques sont formalisées. Elles sont approfondies, originales et en phase avec les tendances actuelles du marché.</p> <p>Les pistes de design dégagées via la recherche sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pertinentes par rapport aux objectifs du commanditaire, et se distinguent par leur créativité et leur potentiel de différenciation.</li> <li>- Ergonomiques, faciles à utiliser, et respectueuses des enjeux environnementaux.</li> <li>- En adéquation avec les cibles identifiées via la veille sectorielle et concurrentielle.</li> </ul>
<p><b>A1.2. Proposition du projet de design graphique inclusif et responsable au commanditaire</b></p>	<p><b>C1.2.1. Formuler une ou plusieurs propositions écrites et argumentées en réponse au brief du commanditaire</b>, en formalisant à l'écrit et au travers de visuels les solutions artistiques et techniques envisagées prenant en compte les contraintes de temps et de budget du commanditaire, dans un langage et avec une iconographie accessible de tous, afin de faciliter les feedbacks du commanditaire et la validation d'un choix de projet de design graphique.</p>		<p>Les propositions de design graphique sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Clairement formalisées et détaillées, couvrant tous les aspects artistiques et techniques. Le langage utilisé est simple et accessible, et l'iconographie est choisie de manière à être compréhensible par tous, y compris les non-experts.</li> <li>- En phase avec les contraintes de temps et de budget imposées par le commanditaire.</li> <li>- Présentées de manière à encourager les retours constructifs du commanditaire, facilitant ainsi la validation du projet.</li> </ul>
	<p><b>C1.2.2. Elaborer le cahier des charges du projet de design graphique retenu par le commanditaire</b>, en définissant ses objectifs opérationnels, les risques potentiels, et en évaluant les ressources technologiques, humaines, et financières nécessaires dans le respect des contraintes du brief, afin de répondre à ses attentes.</p>		<p>Le cahier des charges du projet de design graphique est élaboré en respectant scrupuleusement les contraintes définies dans le brief du commanditaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les objectifs opérationnels du projet graphique sont clairement définis et alignés avec les attentes du commanditaire.</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les risques potentiels sont identifiés de manière exhaustive, et des mesures pour les atténuer sont proposées.</li> <li>- Les ressources nécessaires (technologiques, humaines, financières) sont évaluées avec précision, en tenant compte des contraintes du projet de design graphique.</li> </ul>
<p><b>Bloc de compétences 2 : Définir une stratégie responsable de design graphique imprimé et digitale</b></p>			
<p><b>A.2.1. Définition de la stratégie visuelle du projet de design graphique</b></p>	<p><b>C2.1.1 Analyser les informations collectées lors de la phase de d'identification du besoin de design graphique</b>, en déterminant les préférences visuelles, les tendances du marché, et les attentes spécifiques du commanditaire et des utilisateurs finaux, afin d'élaborer une stratégie graphique couvrant l'intégralité des cibles et les spécificités de chaque segment.</p>	<p><u>E2 - Mise en situation professionnelle</u></p> <p><b><u>ELABORATION D'UN DOSSIER DE STRATEGIE DE PROJET DE DESIGN GRAPHIQUE EN REPONSE AU CAHIER DES CHARGES</u></b></p> <p>Dans le cadre d'une mise en situation professionnelle simulée ou réelle, et à partir d'un cahier des charges fourni, le candidat élabore un dossier de stratégie de projet de design graphique, en réponse au cahier des charges.</p>	<p>Les informations collectées sont analysées de manière exhaustive, incluant les préférences visuelles, les tendances graphiques du marché, et les attentes des utilisateurs finaux en termes de design visuel.</p> <p>La stratégie graphique prend en compte les spécificités de chaque segment de cible, assurant une couverture complète.</p> <p>La stratégie graphique est cohérente et alignée avec les objectifs globaux du projet, les attentes du commanditaire et les tendances actuelles du marché, assurant une pertinence et une actualité dans les propositions.</p>
	<p><b>C2.1.2 Concevoir une direction artistique innovante pour le projet de design graphique</b>, en alliant créativité et technologies émergente et en assurant une harmonie visuelle cohérente au travers des différents supports, tout en offrant une expérience utilisateur mémorable, afin d'inscrire le projet de design graphique dans la stratégie globale du commanditaire reflétant ses valeurs et renforçant son identité.</p>	<p>Il propose une direction artistique créative et innovantes, en intégrant les canaux de diffusion les plus pertinents (imprimés/digitalisés) et élabore les maquettes graphiques du projet afin de fournir une prévisualisation de la création graphique à produire.</p> <p>Il compile les propositions de maquettes du projet retenu ainsi que les supports en un dossier technique structuré et rend</p>	<p>La direction artistique proposée est innovante, en phase avec les technologies émergentes, et se distingue par sa créativité graphique. Elle est en adéquation avec la stratégie globale du commanditaire, reflétant ses valeurs et renforçant son identité.</p> <p>La cohérence visuelle est maintenue à travers tous les supports utilisés, garantissant une identité forte et reconnaissable.</p> <p>L'expérience utilisateur est prise en compte de manière prioritaire, garantissant une interaction</p>

	<p><b>C2.1.3. Définir une stratégie visuelle graphique déclinable sur différents supports et formats</b>, en déterminant une diffusion digitale et/ou imprimée, en veillant à la cohérence de l'identité visuelle et à l'impact visuel souhaité selon les supports, afin de garantir une communication efficace et harmonieuse à travers tous les canaux de diffusion souhaités par le commanditaire.</p>	<p>compte de sa réflexion lors d'une soutenance orale réalisée auprès d'un jury d'intervenants et de professionnels du secteur, afin de valider la proposition finale retenue à mettre en production.</p>	<p>mémorable et efficace avec les créations graphiques.</p> <p>La stratégie visuelle est cohérente et harmonieuse à travers tous les supports, qu'ils soient digitaux ou imprimés.</p> <p>La conception des éléments graphiques prévoit déclinaison sur différents formats, tout en préservant l'identité visuelle et l'impact souhaité.</p> <p>La stratégie de diffusion est pensée en fonction des caractéristiques des supports choisis et des objectifs de communication du commanditaire.</p> <p>La stratégie visuelle garantit une communication claire et alignée avec les attentes du commanditaire.</p>
<p><b>A2.2. Validation de la stratégie visuelle, écoresponsable et inclusive, déclinable en imprimé et/ou en digital pour mise en production</b></p>	<p><b>C2.2.1. Concevoir la maquette et la charte graphique du projet de design graphique</b>, en déclinant la stratégie visuelle en conformité avec la stratégie et le positionnement général du commanditaire, dans le respect du cahier des charges et des contraintes identifiées, afin de présenter et faire valider le design graphique à produire.</p>		<p>La maquette et la charte graphique sont conformes avec la stratégie visuelle et le positionnement général du commanditaire : la conception respecte strictement les contraintes définies dans le cahier des charges.</p> <p>La charte graphique permet des déclinaisons efficaces et pertinentes sur divers supports, en respectant l'identité visuelle.</p> <p>La maquette est présentée de manière claire et facilite la validation par le commanditaire.</p>
	<p><b>C2.2.2. Inscrire le projet de design visuel dans une dynamique écoresponsable et inclusive</b>, en concevant des solutions créatives qui répondent aux normes environnementales, tout en veillant à ce que la communication visuelle soit accessible à tous, afin de garantir que le projet soit durable et respecte les principes de conception universelle.</p>		<p>Les solutions proposées sont à la fois créatives et écoresponsables, intégrant une approche durable dans le design. Elles respectent les normes environnementales en vigueur.</p> <p>Les créations sont conçues pour être accessibles à tous, en tenant compte des divers publics, notamment les personnes en situation de handicap.</p>

	<p><b>C2.2.3. Présenter le projet de design graphique au commanditaire</b>, en élaborant le dossier technique complet de la conception, intégrant les spécificités du design, les contraintes techniques, le calendrier prévisionnel de développement des prototypes, dans le but valider le projet et de structurer la production des prototypes de design graphique.</p>		<p>Le dossier technique est formalisé, il est complet, détaillant toutes les spécificités du design, les contraintes techniques, et les étapes du développement.</p> <p>Le calendrier prévisionnel est réaliste et bien structuré, facilitant la gestion du projet et la création des prototypes graphique.</p> <p>La présentation est claire, structurée et facilite la validation du projet pour sa mise en production par le commanditaire.</p>
<p><b>Bloc de compétences 3 : Produire le design graphique responsable imprimé et digital</b></p>			
<p><b>A3.1. Mise en œuvre du projet de création graphique</b></p>	<p><b>C3.1.1. Collaborer avec les équipes pluridisciplinaires du commanditaire du projet de design graphique</b>, en participant à la gestion de projet et en communiquant au commanditaire et aux équipes les points d'avancement de la création graphique ainsi que la vision artistique et créative lors des réunions, afin de garantir que le projet de design graphique reflète de manière cohérente et efficace les objectifs et la vision globale du commanditaire et soit livré dans les temps impartis.</p>	<p><u>E3 - Mise en situation professionnelle</u></p> <p><b><u>PRODUCTION DU DESIGN GRAPHIQUE EN REPONSE A LA STRATEGIE VISUELLE ETABLIE</u></b></p> <p>Dans le cadre d'une mise en situation professionnelle simulée ou réelle, le candidat constitue un dossier de présentation des étapes de production d'un design graphique.</p> <p>Le dossier comprend :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le dossier de gestion du projet rendant compte des échanges avec les équipes pluridisciplinaires et des étapes du projets,</li> <li>- Les prototypes graphiques print et/ou digitaux créés et un dossier</li> </ul>	<p>La collaboration avec les équipes pluridisciplinaires et le commanditaire est fluide et productive, facilitant le bon déroulement du projet.</p> <p>Les points d'avancement et la vision artistique sont clairement communiqués au commanditaire et aux équipes, assurant une compréhension commune du projet.</p> <p>Le projet de design graphique reflète de manière cohérente et efficace les objectifs et la vision globale de l'entreprise.</p> <p>Le projet est géré de manière à être livré dans les délais impartis, en respectant le calendrier prévisionnel.</p> <p>Les contraintes techniques et les spécificités des supports sont bien intégrées dans la conception des visuels.</p> <p>La faisabilité technique des visuels est garantie pour tous les supports, qu'ils soient imprimés ou digitaux. Les visuels sont conçus pour être diffusés avec une qualité optimale, respectant les standards professionnels, sur tous les canaux souhaités par le commanditaire.</p>
<p><b>C3.1.2. Garantir la faisabilité de la conception de l'ensemble des visuels graphique en imprimé et/ou digital</b>, en prenant en compte les contraintes techniques et les spécificités des supports imprimés et/ou digitaux inscrites dans le cahier des charges, afin de d'assurer une diffusion du design graphique sur tous les canaux souhaités par le commanditaire dans une qualité optimale.</p>			

<p><b>A3.2. Elaboration de visuels graphiques imprimés et/ou digitaux responsables et inclusifs</b></p>	<p><b>C3.2.1. Élaborer un prototype de création graphique destinée à l'impression</b>, en utilisant des logiciels et outils techniques de création graphiques, en intégrant les contraintes du print et la dynamique d'écoconception et d'inclusion au travers le choix de supports et matériaux durables et accessibles, afin de répondre au besoin de communication graphique print du commanditaire dans une démarche responsable et respectant les principes de conception universelle.</p>	<p>détaillé des outils utilisés pour les produire,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'analyse des tests et les variables d'ajustement intégrés,</li> </ul> <p>Le candidat rend compte de sa réflexion au cours d'une soutenance orale organisée devant un jury d'experts et lui remet le dossier.</p>	<p>Les logiciels et outils techniques sont maîtrisés et utilisés efficacement pour élaborer le prototype graphique print. Les spécificités du print, telles que la mise en page, l'iconographie, la hiérarchie et l'équilibre texte/image, sont bien respectées. Les choix de supports et matériaux sont durables, intégrant une dynamique d'écoconception. Le prototype graphique répond aux besoins de communication graphique print du commanditaire, dans une démarche responsable et inclusive.</p>
	<p><b>C3.2.2. Concevoir un prototype de création graphique destinée aux supports de communication digitaux</b>, en utilisant des logiciels informatiques de conception, d'animation et de modélisation et en veillant à la bonne intégration des visuels sur l'interface digitale (ergonomie, l'expérience utilisateur, etc...), afin d'apporter une présence digitale innovante en réponse au besoin de communication exprimé par le commanditaire.</p>		<p>Les logiciels de conception, d'animation et de modélisation graphique sont utilisés de manière experte pour concevoir le prototype graphique digital. Le prototype graphique répond aux besoins de communication digitale exprimés par le commanditaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'ergonomie et l'expérience utilisateur sont optimisées pour une intégration fluide des visuels graphiques sur les interfaces digitales.</li> <li>- Il propose une solution innovante pour la présence digitale du commanditaire.</li> </ul>
	<p><b>C3.2.3. Contrôler l'ergonomie, la fonctionnalité et l'accessibilité des prototypes de design graphique</b>, en effectuant des tests print et/ou digitaux et des tests utilisateurs, pour garantir leur opérationnalité et le cas échéant, réaliser les ajustements adaptés.</p>		<p>Les prototypes de design graphique sont soumis à des tests rigoureux pour vérifier leur ergonomie, fonctionnalité et accessibilité. Les retours des tests utilisateurs sont analysés et intégrés dans les ajustements du design graphique, assurant une qualité optimale du rendu graphique.</p>

Bloc de compétences 4 : Valider et livrer le design graphique imprimé et digital			
<p><b>A4.1. Validation du projet de design graphique auprès du commanditaire</b></p>	<p><b>C4.1.1. Organiser la présentation du projet de design graphique finalisé</b>, en s'appuyant sur un argumentaire et des exemples de productions de prototypes graphiques concrets, en justifiant son approche technique et ses partis pris créatifs de fond, forme, couleurs, thème et l'esprit artistique, pour créer l'adhésion et faire valider le projet au commanditaire.</p>	<p><u>E4 - Projet professionnel</u></p> <p style="text-align: center;"><b><u>LIVRAISON DU PROJET DE DESIGN GRAPHIQUE</u></b></p> <p>Dans le cadre d'un projet professionnel réel, le candidat valorise au minimum un projet de design graphique au travers d'un dossier documenté sous forme de portfolio.</p> <p>Dans le dossier de présentation, figurent :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le design graphique achevé et protégé sur le plan juridique,</li> <li>- La documentation technique à destination du commanditaire,</li> <li>- La démarche d'amélioration continue suite aux retours utilisateurs</li> </ul> <p>Le candidat rend compte de sa réflexion au cours d'une soutenance orale organisée devant un jury d'experts et lui remet le dossier.</p>	<p>La présentation du design graphique est organisée de manière à convaincre le commanditaire de la pertinence des choix effectués :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'argumentaire est solide, bien structuré, et justifie efficacement les choix techniques et créatifs du design graphique présenté.</li> <li>- Des exemples concrets de prototypes graphiques sont utilisés pour illustrer les propositions.</li> </ul> <p>La présentation conduit à une validation du design graphique par le commanditaire.</p>
<p><b>A4.2. Livraison du projet de design graphique achevé et protégé sur le plan juridique au du commanditaire</b></p>	<p><b>C4.2.1. Rédiger la documentation technique du design graphique finalisé au travers d'un portfolio</b>, en fournissant la charte graphique complète, les fichiers sources et la création graphique achevée, évolutive et déclinable, afin de livrer tous les éléments au commanditaire et le rendre autonome dans l'utilisation du design graphique élaboré.</p>	<p>Le candidat rend compte de sa réflexion au cours d'une soutenance orale organisée devant un jury d'experts et lui remet le dossier.</p>	<p>La documentation technique est exhaustive, incluant la charte graphique complète, les fichiers sources et la création graphique finalisée. Tous les éléments sont livrés au commanditaire de manière conforme et dans les délais impartis.</p> <p>La documentation est claire, bien organisée, et accessible au commanditaire pour une utilisation autonome.</p> <p>La création graphique finalisée est conçue pour être évolutive et déclinable, offrant une flexibilité au commanditaire.</p>
	<p><b>C4.2.2. Protéger la création graphique élaborée</b>, en effectuant un dépôt auprès des instances régulant la propriété intellectuelle et en cédant les droits d'exploitation de propriété intellectuelle, littéraire et artistique au commanditaire, via un accord de consentement signé, afin de garantir la sécurisation et la viabilité de la création graphique pour le commanditaire.</p>		<p>La création graphique est déposée auprès des instances appropriées pour protéger la propriété intellectuelle (INPI, etc.)</p> <p>Les aspects juridiques liés à la propriété intellectuelle sont rigoureusement respectés pour garantir la sécurisation de la création.</p> <p>Les droits d'exploitation sont cédés de manière claire et conforme aux attentes du commanditaire : un accord de consentement signé est produit,</p>

			<p>formalisant la cession des droits et la sécurisation de la création de design graphique.</p>
<p><b>A4.3. Démarche d'optimisation des créations graphiques</b></p>	<p><b>C4.3.1. Garantir un processus d'amélioration continue dans la mise en œuvre de son expertise graphique</b>, en recueillant les impressions du commanditaire et des utilisateurs sur les différentes créations graphiques livrées, afin de permettre des ajustements pertinents et d'optimiser la qualité des design graphiques futurs.</p>		<p>Un processus d'amélioration continue est mis en place, garantissant l'évolution positive des créations graphiques. Il intègre :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Une analyse des impressions et retours du commanditaire et des utilisateurs.</li> <li>- Les ajustements et améliorations pour les créations graphiques futures.</li> </ul>