

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
BLOC 1	STRATÉGIE DE DIRECTION ARTISTIQUE EN COMMUNICATION VISUELLE ET MULTIMEDIA		
Activité 1 Expertise de la demande et/ou du cahier des charges en communication visuelle et multimédia du commanditaire, de sa stratégie de communication générale au regard des objectifs exprimés et en interaction avec des consultants	A1-C1 : Questionner le commanditaire sur l'ampleur de sa demande et analyser ses enjeux stratégiques, son positionnement, son territoire d'expression et son univers graphique.	Mise en situation professionnelle : soutenance d'une recommandation stratégique en D.A de communication visuelle et multimédia que le candidat aura conçue en toute autonomie. Jury professionnel composé de personnalités externes à l'établissement. Le candidat se positionne et définit le cadre de son intervention. Il élabore un projet de direction artistique en stratégie de communication visuelle : - identification des besoins - analyse du marché concurrentiel. - publics visés - positionnement, raison d'être, valeurs...	<ul style="list-style-type: none"> • Les besoins et les contraintes du commanditaire sont clairement identifiés et retranscrits. • Les contextes et enjeux du projet sont clairement et simplement mis à plat. • Les composantes de la marque, du service du produit sont clairement identifiées. • Le territoire d'expression du commanditaire est caractérisé dans toutes ses dimensions : - créative, intelligible, sensible
	A1-C2 : Collecter, hiérarchiser, exploiter les diverses sources d'informations nécessaires aux analyses, aux expertises et aux diagnostics (Concurrence directe, indirecte)	Le candidat conçoit l'ensemble des partis pris stratégique de son projet et les met en situation sur les supports de communication approprié (le territoire d'expression, le langage graphique, wording...)	<ul style="list-style-type: none"> • Le benchmark réalisé permet de définir et d'identifier : - le positionnement concurrentiel du commanditaire - les atouts du commanditaire - les axes d'amélioration - et de différenciation. • La méthodologie de travail est caractérisée par : - l'expertise - la hiérarchisation des données - la capacité à faire des choix et à prendre des décisions justifiées/argumentées • Les pistes de travail et les hypothèses étudiées et non retenues sont exposées et argumentées. • Les mentions de copyright sont correctement signifiées.
		Livrables Le candidat élabore : - Une note d'intention rédigée en français et anglais précisant et justifiant l'ensemble de ses choix	

Activité 2 Conception d'une stratégie de communication visuelle et/ou multimédia en produisant une recommandation afin d'engager la création	A2-C 1 Concevoir le positionnement stratégique de la marque afin d'atteindre les objectifs visés.	- un mémoire méthodologique rassemblant l'ensemble de sa démarche et formulant les besoins, le positionnement, le territoire d'expression du client, le benchmark, les cibles, les choix des axes de création proposés. - les supports de présentation print et digitaux pour une soutenance en temps limité devant le jury.	La proposition stratégique est cohérente avec la demande et les résultats des analyses réalisées, le territoire d'expression du candidat est : <ul style="list-style-type: none"> - Structuré - innovant - original et singulier
	A2-C 2 Rédiger la recommandation stratégique qui présente la problématique, le partis-pris et les axes de création proposés.	Soutenance Le candidat est auditionné par le jury. Il s'exprime sur ses choix, les justifie, explique les difficultés rencontrées, ses réponses et ajustements face aux problématiques diverses.	<ul style="list-style-type: none"> • En cohérence avec la demande et les résultats des analyses réalisées, la proposition stratégique correctement formulée en français et en anglais, présente : <ul style="list-style-type: none"> - la problématique - le partis-pris - les axes de création - La personnalité créative est engagée
	A2-C 3 : Définir et identifier les moyens et expertises pour préciser, contextualiser et valoriser la demande et définir le cadre d'intervention et estimation de la faisabilité : contraintes (délais, coûts, éléments techniques...)	Le candidat est réputé savoir gérer une présentation devant un public de professionnels en exercice à l'appui de l'ensemble des supports nécessaires à sa démonstration.	<ul style="list-style-type: none"> • La proposition d'un concept stratégique présente un cadre d'intervention réaliste : <ul style="list-style-type: none"> - Éléments techniques, expertises - Rétro-planning - Evaluation budgétaire/chiffrage
	A2-C4 Présenter, défendre la proposition au commanditaire et faire valider la proposition		<ul style="list-style-type: none"> • Audition : <ul style="list-style-type: none"> - La présentation est structurée et gérée - L'argumentaire est construit et convaincant - Le candidat sait écouter et réagir à bon escient • La langue anglaise est maîtrisée et permet un échange.

Activité 3 Conception d'une veille technique, réglementaire et créative	A3-C 1 Mettre en œuvre un dispositif (canaux d'informations et outils de recherches) de veille créative, technique et réglementaire pour intégrer les évolutions ou innovations dans sa démarche stratégique et créative		<ul style="list-style-type: none"> La consultation et l'exploitation des données (recherches documentaires, interview...) pour faire des propositions créatives et innovantes est : <ul style="list-style-type: none"> - légitime - hiérarchisée - critique
	A3-C2 Entretenir son bon niveau d'informations pour être créatif, compétitif, innovant : lecture presse spécialisée...		<ul style="list-style-type: none"> Les données collectées sont réinvesties dans le développement des projets La consultation de professionnels du secteur (entretiens, questionnaires...) permet de faire émerger des solutions innovantes

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
BLOC 2	PILOTAGE ET REALISATION D'UN PROJET DE COMMUNICATION VISUELLE ET MULTIMÉDIA		
A 1 : Conception de propositions créatives	A1-C 1 : Déterminer et engager un parti pris de conception et de création innovant pour chaque proposition	Mise en situation professionnelle : soutenance d'un projet de D.A en communication visuelle conçu, réalisé et piloté en toute autonomie. Jury professionnel composé	<ul style="list-style-type: none"> La réflexion technique et créative avec l'équipe artistique, et tous les collaborateurs nécessaires afin d'apporter des propositions est traduite et exprimée : <ul style="list-style-type: none"> - Les propositions sont conformes à la recommandation stratégique - Les propositions sont originales et innovantes - Les propositions sont réalistes

et innovantes en-cohérence avec la recommandation stratégique faite au commanditaire	A1-C 2 : Exprimer et développer les axes créatifs au préalable déterminés dans la recommandation stratégique	de personnalités externes à l'établissement. A partir d'une thématique de communication visuelle, le candidat engage une démarche de direction artistique impliquant sa personnalité créative. Les propositions sont cohérentes avec les objectifs de sa stratégie, pertinentes et innovantes. Il fait la démonstration de ses compétences à mener une D.A en toute autonomie en temps limité. Livrables En préalable de sa soutenance, le candidat s'exprime sur tous les supports légitimes, nécessaires à la bonne compréhension de son projet par le jury, à savoir : - Une note d'intention rédigée en français et anglais précisant et justifiant l'ensemble de ses choix - un mémoire méthodologique rassemblant l'ensemble de sa démarche et de ses applications : identité (logo, territoire...), communication, signalétique, édition, aménagement d'espace, applications numériques, site internet, réseaux sociaux - les supports de présentation print et digitaux pour une soutenance en temps limité devant le jury.	- Les réponses face aux difficultés rencontrées sont efficaces
	A1-C3 : Réaliser ou faire réaliser les partis pris créatifs, les recherches graphiques et/ou volumétriques : esquisses, maquettes, prototype, story-board, etc...		<ul style="list-style-type: none"> • Un parti pris de conception et de création est engagé pour chaque proposition : <ul style="list-style-type: none"> - Il est innovant pour chaque proposition (ce ne sont pas des déclinaisons) - Les réponses face aux difficultés rencontrées sont efficaces • Chaque proposition engagée est développée sur les supports adaptés et structurés : <ul style="list-style-type: none"> - Les langages et les codes professionnels sont légitimes - Les réponses face aux difficultés rencontrées et aux ajustements sont efficaces
A 2 : Présentation et valorisation des propositions face au commanditaire et faire valider une proposition	A2-C1 : Définir les supports visuels, graphiques et/ou en volume des meilleures propositions sélectionnées parmi les solutions développées, pour optimiser la bonne compréhension du projet auprès du commanditaire	(Continued from previous row)	<ul style="list-style-type: none"> • La présentation des propositions est structurée : <ul style="list-style-type: none"> - Les critères de sélection sont identifiés et exprimés - La personnalité créative est engagée - Les supports sont légitimes - Les supports sont cohérents, organisés et porteurs du projet - Les réponses face aux difficultés rencontrées sont efficaces
	A2-C2 : Valoriser les propositions par un argumentaire pertinent et spécifique pour chacune d'elles et assister le commanditaire dans		<ul style="list-style-type: none"> • L'argumentaire pour chaque proposition est : <ul style="list-style-type: none"> - Explicité - Construit

	sa prise de décision pour valider la proposition retenue	<p>Soutenance Le candidat est auditionné par le jury. Il s'exprime sur ses choix, les justifie, explique les difficultés rencontrées, ses réponses et ajustements face aux problématiques diverses. Le candidat est réputé savoir gérer une présentation devant un public de professionnels en exercice à l'appui de l'ensemble des supports nécessaires à sa démonstration.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Convaincant • Audition : <ul style="list-style-type: none"> - La présentation orale est structurée et gérée - Le candidat sait écouter et réagir à bon escient • La proposition est validée. • Pour chaque proposition une faisabilité et un cadre d'intervention réaliste sont exprimés.
A3 : Développement et mise au point de la proposition retenue et de ses adaptations aux différents supports	A3-C 1 : Recadrer , déployer et décliner le concept retenu sur tous supports, médias print et digitaux et ajuster les moyens à mettre en œuvre en fonction des évolutions de la demande le cas échéant		<ul style="list-style-type: none"> • Le déploiement et la déclinaison du concept retenu sur les supports, médias print et digitaux sont : <ul style="list-style-type: none"> - conformes à la proposition validée - légitimes - cohérents - structurés • Les réponses face aux difficultés rencontrées et aux ajustements nécessaires sont structurées et efficaces

	A3-C 2 : Faire respecter les contraintes du cahier des charges, les normes qualité définies et la législation tant au niveau des supports utilisés et des techniques employées, que du contenu des messages diffusés		<ul style="list-style-type: none"> • Les contraintes inhérentes aux projets sont identifiées : budget, délai, environnement, réglementation...
A 4 : Suivi, contrôle et validation de la mise en œuvre et de l'avancement du projet jusqu'à la livraison de la production	A4-C1 : Assurer le suivi de la production, son contrôle et sa validation à toutes les étapes du suivi de la production, ainsi que la mise en œuvre des décisions et de leur évolution, auprès des fournisseurs et fabricants (qualité, coût, délai...) jusqu'au parfait achèvement du projet dans son intégralité : déploiement et livraison		<ul style="list-style-type: none"> • Les supports produits et présentés sont : <ul style="list-style-type: none"> - légitimes - cohérents - techniquement qualitatifs • Les réponses face aux difficultés rencontrées et aux ajustements nécessaires sont structurées et efficaces.
	A4-C2 : Garantir une cohérence d'ensemble du projet de communication visuelle ou multimédia en contrôlant à chaque étape les choix artistiques initiaux (qualité du regard et du jugement créatif)		<ul style="list-style-type: none"> • Les supports produits et présentés traduisent et respectent le parti pris artistique engagé. • La cohérence artistique d'ensemble est garantie.
	A4-C3 : S'assurer de la livraison et du déploiement dans le cadre réglementaire et contractuel		<ul style="list-style-type: none"> • Le cadre réglementaire et contractuel est identifié et exprimé. • La livraison est validée.

BLOC 3		DIRECTION D'ÉQUIPE DE PROJET ET D'ACTIVITÉ ENTREPRENEURIALE EN COMMUNICATION VISUELLE ET MULTIMÉDIA	
REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
A 1 : Management d'équipe De l'identification des moyens, des ressources humaines et techniques nécessaires au projet à la cohésion, mobilisation et performance de tous les intervenants.	A1-C1 : Définir les moyens et ressources humaines et techniques nécessaires, constituer les équipes contrôler leurs statuts et qualifications en adaptant ses méthodes managériales	<p>Mise en situation professionnelle : soutenance d'une expérience en entreprise (stage) devant un jury professionnel composé de personnalités externes à l'établissement.</p> <p>Le candidat doit valider un stage en entreprise d'une période de 8 à 16 semaines. Il démontre sa capacité à chercher, choisir et obtenir à l'issue d'entretiens le stage le plus approprié à la certification. Dans ce contexte professionnel, au sein d'une équipe, il se voit confier des missions réelles.</p> <p>Livrable</p> <p>Le candidat rédige un rapport de stage présentant les différentes missions qu'il a gérées, de la prise de brief à la livraison. Il explicite notamment son rôle dans le pilotage de la réalisation du projet de communication visuelle et multimédia :</p> <ul style="list-style-type: none"> - méthodologie d'intervention, - intégration aux équipes projet, - critères de suivi et de contrôle, 	<ul style="list-style-type: none"> • Les moyens, expertises, ressources humaines sont identifiées. • Les équipes de projet sont constituées ; les manques de compétences à externaliser repérés. • Les tâches assignées au membre de l'équipe correspondent à ses qualifications, à ses compétences et à son expérience. • Les briefs et analyses d'appels d'offres sont connus. • Les formalités administratives de vérification des statuts sont connues.
	A1-C2 : Structurer, coordonner, superviser les étapes de réalisation du projet, les rencontres avec tous les interlocuteurs à toutes les étapes de la validation et faciliter la communication de tous les intervenants à toutes les étapes en faisant évoluer le projet si nécessaire selon les problématiques rencontrées		<ul style="list-style-type: none"> • Les plateformes collaboratives sont utilisées. • Des indicateurs de suivi sont mis en place : les échéances sont respectées. • Les réponses face aux aléas, difficultés rencontrées et aux ajustements sont efficaces. • Les règles, des usages et des bonnes pratiques au travail en général (ponctualité, confidentialité, savoir être, ...) sont effectives. • Les règles et usages des entreprises sont respectées. • Le savoir-être professionnel est acquis.

	<p>A1-C3 : S'assurer de la transmission des informations et consignes : des briefs, compte-rendu, instructions et documents à tous les intervenants et aux divers concepteurs d'images : photographes, infographistes 2D, 3D, illustreurs....</p>	<ul style="list-style-type: none"> - difficultés rencontrées, - moyens déployés pour les surmonter, - résultats obtenus. <p>Il conclut sa réflexion par une auto-évaluation : analyse critique a posteriori de sa conduite de projet, de son intégration à l'entreprise...</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les documents sont transmis aux bons collaborateurs aux bons formats dans les respects du planning et des délais afin de permettre le déroulement du projet • Les technologies de l'interopérabilité des données et outils de gestion de contenus sont utilisées. • Les métadonnées permettant la sauvegarde des données sont exploitées.
	<p>A1-C4 : Accompagner les intervenants dans la résolution des problématiques techniques et/ou humaines rencontrées et prendre les décisions stratégiques en cas de dysfonctionnements humains et techniques visant la production</p>	<p>Soutenance Le candidat est auditionné par le jury. Il s'exprime sur son expérience, son intégration, ses choix, explique les difficultés rencontrées, ses réponses et ajustements face aux problématiques diverses. Le candidat est réputé savoir gérer une présentation devant un public de professionnels en exercice à l'appui de l'ensemble des supports nécessaires à sa démonstration.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les problématiques sont identifiées. • Les réponses face aux aléas, difficultés rencontrées et aux ajustements sont structurées et efficaces.
<p>A2 : Gestion financière, juridique et administrative</p>	<p>A2-C1 : Apprécier/Négocier—coût, délais, qualité... avec la sous-traitance éventuelle : développer, graphiste freelance, roughman, illustrateur, typographe, photographe, et produire tous les contrats de droits d'auteur ou de cession de droits le cas échéant</p>	<p>Mise en situation professionnelle : soutenance de la réponse à un appel d'offre devant un jury professionnel composé de personnalités externes à l'établissement.</p> <p>A partir d'un appel d'offre remis au candidat ce dernier doit :</p> <ul style="list-style-type: none"> - rassembler l'ensemble des pièces administratives nécessaires - identifier les besoins (sous-traitance, assistance...), 	<ul style="list-style-type: none"> • Une évaluation des coûts, délais, compétences est proposée. • Le plan de charges prévisionnel est respecté. • Les briefs et analyses d'appels d'offres sont connus. • Les formalités administratives de vérification des statuts sont connues. • la protection des droits (les contrats de droit d'auteur ou de lettres de cession des droits d'auteurs) et des données est connue.

	A2-C2 : Assurer le suivi des coûts de la production auprès des fournisseurs et fabricants et tous les aspects budgétaires et financiers du projet	<ul style="list-style-type: none"> - proposer une évaluation budgétaire, - établir un planning prévisionnel, - établir des factures - connaître les obligations comptables, fiscales, sociales, légales <p>Livrable Dossier d'appel d'offre complet</p> <p>Soutenance Le candidat est auditionné par le jury. Il s'exprime sur son projet. Il est réputé savoir gérer une présentation devant un public de professionnels en exercice à l'appui de l'ensemble des supports nécessaires à sa démonstration.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Devis et documents de suivi financier sont connus
	A2-C3 : Facturer et s'assurer du paiement et honorer les obligations légales		<ul style="list-style-type: none"> • Les obligations comptables et légales sont connues.
A 3 : Promotion, valorisation et pérennisation de l'activité entrepreneuriale	A3-C1 : Définir des orientations stratégiques de l'entreprise et définir de nouveaux axes pouvant contribuer au développement de l'activité	<p>Mise en situation professionnelle : soutenance du book devant un jury professionnel composé de personnalités externes à l'établissement.</p> <p>Le candidat démontre sa stratégie d'auto-promotion : il s'exprime sur ses réalisations, ses expériences, ses expertises, ses ambitions et son projet professionnel.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • L'environnement professionnel, la concurrence, les enjeux et la prospective en communication visuelle et multimedia sont connus ; Ils permettent la définition d'axes de développement professionnelle de l'activité. • Les données collectées dans la veille technique, réglementaire et créative sont réinvesties dans le développement du book.
	A3-C2 : Concevoir une stratégie de communication/marketing, sa visibilité, sa présence sur les réseaux et mettre en valeur et protéger ses créations.	<p>Livrables</p> <ul style="list-style-type: none"> - un book print, digital et mis en ligne de travaux personnels et professionnels. Il est représentatif de sa personnalité créative, de ses compétences techniques et de sa singularité - un site professionnel - les réseaux sociaux professionnels 	<ul style="list-style-type: none"> • Les données collectées dans la veille technique, réglementaire et créative sont réinvesties et permettent de faire des propositions originales et singulières. • Le candidat sait exprimer et défendre l'originalité de sa personnalité graphique. • Le candidat sait exprimer et défendre son potentiel professionnel. • Le candidat sait gérer l'échange, écouter et réagir à bon escient. • Les réponses face aux aléas et difficultés rencontrées sont structurées et efficaces • Les projets sont protégées.

		Soutenance Le candidat est auditionné par le jury. Il s'exprime sur son auto-promotion, la valorisation et la pérennisation de son activité professionnelle. Il est réputé savoir gérer une présentation devant un public de professionnels en exercice à l'appui de l'ensemble des supports nécessaires à sa démonstration.	
	A3-C3 : Entretenir la relation professionnelle et clientèle ; Participer aux événements professionnels et mettre en œuvre un dispositif d'optimisation de ses démarches de prospection et de suivi commercial ou autre		<ul style="list-style-type: none"> • Le candidat sait consulter et exploiter les données pour cibler des prospects selon des critères précis. • Les données collectées dans la veille technique, réglementaire et créative et la consultation de professionnels du secteur (entretiens, questionnaires...) sont réinvesties et permettent au candidat d'avoir des perspectives et des ouvertures professionnelles. • Un tableau de pilotage des démarches de prospection est tenu. Il est opérationnel.
	A3-C4 : Entretenir son bon niveau de formation et éventuellement celui de ses équipes pour être présent, visible, compétitif, innovant		<ul style="list-style-type: none"> • Une auto-évaluation sous forme de bilan est effectuée. Le candidat connaît ses forces et ses faiblesses et sait comment s'améliorer. • Le candidat connaît les ressources (sites professionnels, administratifs, de formation...) pour évoluer dans son environnement. • Le candidat sait gérer l'échange, écouter et réagir à bon escient. • Les réponses face aux aléas et difficultés rencontrées sont structurées et efficaces