Plan de formation

relatif à l'ordonnance du SEFRI du [date d'édiction de la nouvelle orfo] sur la formation professionnelle initiale d'

Interactive media designer
avec certificat fédéral de capacité (CFC)

du [date d'élaboration et de signature du plan de formation par l'Ortra, cf. p. x du présent document]

N° de la profession 47117

Table des matières

1. Introduction ... 3

2. Bases de la pédagogie professionnelle ... 4

2.1 Introduction à l'orientation vers les compétences opérationnelles ... 4

2.2 Tableau récapitulatif des quatre dimensions d'une compétence opérationnelle ... 5

2.3 Niveaux taxonomiques pour les objectifs évaluateurs (selon Bloom) ... 5

2.4 Collaboration entre les lieux de formation ... 7

3. Profil de qualification ... 8

3.1 Profil de la profession ... 8

3.2 Vue d'ensemble des compétences opérationnelles ... 10

3.3 Niveau d'exigences de la profession ... 10

4. Domaines de compétences opérationnelles, compétences opérationnelles et objectifs évaluateurs par lieu de formation ... 11

Domaine de compétences opérationnelles a: Préparation de projets ... 11

Domaine de compétences opérationnelles b: Développement de concepts ... 16

Domaine de compétences opérationnelles c: Élaboration du contenu et du design ... 22

Compétence opérationnelle c4 : Présenter les contenus pour des moyens de communication numériques interactifs et mettre en œuvre les feedbacks ... 30

Domaine de compétences opérationnelles d: Développement des moyens de communication numériques interactifs ... 30

Élaboration ... 34

Annexe 1: Liste des instruments servant à garantir et à mettre en œuvre la formation professionnelle initiale et à en promouvoir la qualité ... 35

Glossaire ... 36

Précisions et explications pour l'élaboration du plan de formation (prière d'effacer après la rédaction du plan de formation) ... Fehler! Textmarke nicht definiert.

1. Précisions concernant la rédaction du profil de qualification **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

2. Explications complémentaires concernant les compétences opérationnelles **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Liste des abréviations

AFP	Attestation fédérale de formation professionnelle
CFC	Certificat fédéral de capacité
CI	Cours interentreprises
CSFO	Centre suisse de services Formation professionnelle | orientation professionnelle, universitaire et de carrière
CSFP	Conférence suisse des offices de la formation professionnelle
LFPr	Loi fédérale sur la formation professionnelle, 2004
OFPr	Ordonnance sur la formation professionnelle, 2004
Orfo	Ordonnance sur la formation professionnelle initiale (ordonnance sur la formation)
Ortra	Organisation du monde du travail (association professionnelle)
SEFRI	Secrétariat d'État à la formation, à la recherche et à l'innovation

1. Introduction

En tant qu'instrument servant à promouvoir la qualité[1] de la formation professionnelle initiale de l'Interactive media designer sanctionnée par un certificat fédéral de capacité (CFC), le plan de formation décrit les compétences opérationnelles que les personnes doivent avoir acquises à la fin de leur formation. Dans le même temps, il sert de base aux responsables de la formation professionnelle dans les entreprises formatrices, les écoles professionnelles et les cours interentreprises pour la planification et l'organisation de la formation.

Le plan de formation est aussi un guide auquel les personnes en formation peuvent se reporter.

[1] voir art. 12, al. 1, let. c, de l'ordonnance du 19 novembre 2003 sur la formation professionnelle (OFPr) et l'art.9 de l'ordonnance du SEFRI sur la formation professionnelle initiale de l'Interactive media designers (CFC).

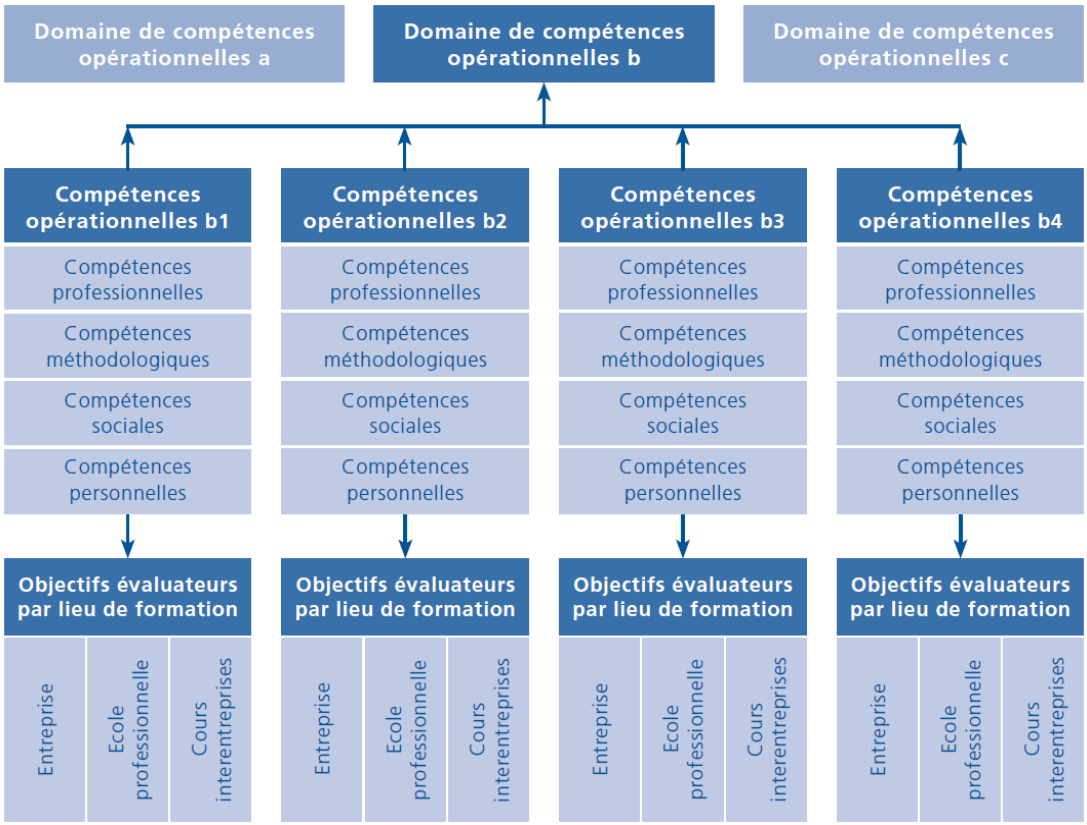
2. Bases de la pédagogie professionnelle

2.1 Introduction à l'orientation vers les compétences opérationnelles

Le présent plan de formation constitue la base en matière de pédagogie professionnelle pour la formation professionnelle initiale de l'Interactive media designer (CFC). Le but de la formation professionnelle initiale est l'acquisition de compétences permettant de gérer des situations professionnelles courantes. Pour ce faire, les personnes en formation développent les compétences opérationnelles décrites dans ce plan de formation tout au long de leur apprentissage. Ces compétences ont valeur d'exigences minimales pour la formation. Elles délimitent ce qui peut être évalué lors des procédures de qualification.

Le plan de formation précise les compétences opérationnelles à acquérir. Ces compétences sont présentées sous la forme de domaines de compétences opérationnelles, de compétences opérationnelles et d'objectifs évaluateurs.

Représentation schématique des domaines de compétences opérationnelles, des compétences opérationnelles et des objectifs évaluateurs par lieu de formation



La profession d'Interactive media designer (CFC) comprend **quatre domaines de compétences opérationnelles**. Ces domaines définissent et justifient les champs d'action de la profession tout en les délimitant les uns par rapport aux autres.

Exemple: Domaines de compétences opérationnelles a « Préparation de projets »

Chaque domaine de compétences opérationnelles comprend un nombre défini de **compétences opérationnelles**. Le domaine a « Préparation de projets » regroupe par exemple quatre compétences opérationnelles. Ces dernières correspondent à des situations professionnelles courantes. Elles décrivent le comportement que les personnes en formation doivent adopter lorsqu'elles se trouvent dans ces situations. Chaque compétence opérationnelle recouvre quatre dimensions: les compétences professionnelles, les compétences méthodologiques, les compétences personnelles et les compétences sociales (voir chap. 2.2). Ces quatre dimensions sont intégrées aux objectifs évaluateurs.

Les compétences opérationnelles sont traduites en **objectifs évaluateurs par lieu de formation**, garantissant ainsi la contribution de l'entreprise formatrice, de l'école professionnelle et des cours interentreprises à l'acquisition des différentes compétences opérationnelles. Ces objectifs sont reliés entre

eux de manière cohérente afin d'instaurer une collaboration effective entre les lieux de formation (voir chap. 2.4).

2.2 Tableau récapitulatif des quatre dimensions d'une compétence opérationnelle

Les compétences opérationnelles comprennent des compétences professionnelles, méthodologiques, sociales et personnelles. Pour que les Interactive media designer (CFC) aient d'excellents débouchés sur le marché du travail, il faut qu'ils acquièrent l'ensemble de ces compétences tout au long de leur formation professionnelle initiale sur les trois lieux de formation, c'est-à-dire aussi bien au sein de l'entreprise formatrice qu'à l'école professionnelle ou dans le cadre des cours interentreprises. Le tableau ci-après présente le contenu des quatre dimensions d'une compétence opérationnelle et les interactions entre ces quatre dimensions.

Compétence opérationnelle

Compétences professionnelles Les personnes en formation maîtrisent des situations professionnelles courantes de manière ciblée, adéquate et autonome et sont capables d'en évaluer le résultat.	Les Interactive media designers (CFC) utilisent les termes techniques, les outils de travail et les matériaux de manière appropriée et appliquent les normes (de qualité), les méthodes et les procédures qui conviennent. Concrètement, ils sont capables d'exécuter seuls des tâches propres à leur domaine professionnel et de réagir de façon adéquate aux exigences inhérentes à la profession.
Compétences méthodologiques Les personnes en formation planifient l'exécution de tâches et d'activités professionnelles et privilégient une manière de procéder ciblée, structurée et efficace.	Les Interactive media designerInteractive media designer (CFC) organisent leur travail avec soin et dans le souci de la qualité. Ils tiennent compte des aspects économiques et écologiques, et appliquent les techniques de travail, de même que les stratégies d'apprentissage, d'information et de communication inhérentes à la profession en fonction des objectifs fixés. Ils ont par ailleurs un mode de pensée et d'action systémique
Compétences sociales Les personnes en formation abordent de manière réfléchie et constructive leurs relations sociales et la communication que ces dernières impliquent dans le contexte professionnel.	Les Interactive media designers (CFC) abordent leurs relations avec leur supérieur hiérarchique, leurs collègues et les clients de manière réfléchie, et ont une attitude constructive face aux défis liés aux contextes de communication et aux situations conflictuelles. Ils travaillent dans ou avec des groupes et appliquent les règles garantissant un travail en équipe fructueux.
Compétences personnelles Les personnes en formation mettent leur personnalité et leurs comportements au service de leur activité professionnelle.	Les Interactive media designers (CFC) analysent leurs approches et leurs actions de manière responsable. Ils s'adaptent aux changements, tirent d'utiles enseignements de leurs limites face au stress et agissent dans une optique de développement personnel. Ils se distinguent par leur motivation, leur comportement au travail exemplaire et leur volonté de se former tout au long de la vie.

2.3 Niveaux taxonomiques pour les objectifs évaluateurs (selon Bloom)

Chaque objectif évaluateur est évalué à l'aune d'un niveau taxonomique (6 niveaux de complexité: C1 à C6). Ces niveaux traduisent la complexité des objectifs évaluateurs. Ils sont définis comme suit:

Niveau	Opération	Description
C1	**Savoir**	Les Interactive media designer (CFC) restituent des informations mémorisées et s'y réfèrent dans des situations similaires. *(La compétence C1 ne figure pas dans le plan de formation des Interactive media designer CFC.)*
C2	**Comprendre**	Les Interactive media designer (CFC) expliquent ou décrivent les informations mémorisées avec leurs propres mots. Exemple: Les Interactive media designer CFC expliquent la structure ainsi que le sens et le rôle du dossier de formation.
C3	**Appliquer**	Les Interactive media designer (CFC) mettent en pratique les technologies/aptitudes acquises dans des situations nouvelles. Exemple: [...] Pour des projets concrets, ils établissent et tiennent à jour des cahiers des charges compréhensibles et complets dans la langue nationale et en anglais.

C4	**Analyser**	Les Interactive media designer (CFC) analysent une situation complexe: ils la décomposent en éléments distincts, relèvent les rapports entre ces éléments et identifient les caractéristiques structurelles. Exemple: Les Interactive media designer CFC [...] identifient et analysent les informations transmises par les médias en termes de contenu, de message, de diffusion et d'impact.
C5	**Synthétiser**	Les Interactive media designer (CFC) combinent les différents éléments d'une situation et les assemblent en un tout. Exemple: [...] Ils analysent des situations de communication typiques et classent les messages en fonction de leur signification de manière fondée.
C6	**Évaluer**	Les Interactive media designer (CFC) évaluent une situation plus ou moins complexe en fonction de critères donnés. Exemple: [...] Ils évaluent les caractéristiques des travaux créatifs en ce qui concerne le message de fond et l'expression créative.

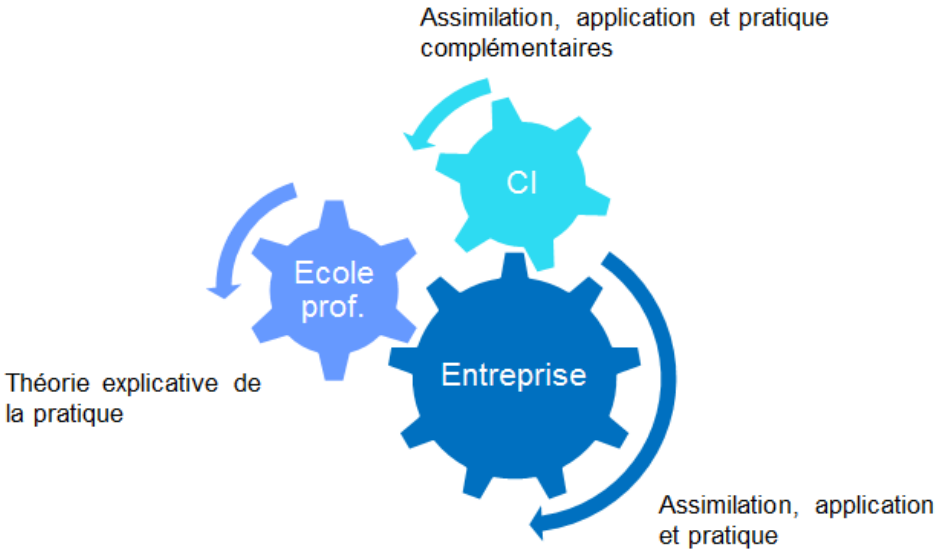
2.4 Collaboration entre les lieux de formation

La coordination et la coopération entre les lieux de formation (concernant les contenus, les méthodes de travail, la planification, les usages de la profession) sont deux gages de réussite essentiels pour la formation professionnelle initiale. Les personnes en formation ont besoin d'être soutenues pendant toute la durée de leur apprentissage afin de parvenir à faire le lien entre la théorie et la pratique. D'où l'importance de la collaboration entre les lieux de formation et de la responsabilité qui incombe aux trois lieux de formation dans la transmission des compétences opérationnelles. Chaque lieu de formation participe à cette tâche commune en tenant compte de la contribution des autres lieux de formation. Ce principe de collaboration permet à chaque lieu de formation de faire en permanence le point sur sa propre contribution et de l'optimiser en conséquence. C'est là un moyen d'améliorer la qualité de la formation professionnelle initiale.

Le rôle de chaque lieu de formation peut être résumé comme suit:

- Entreprise formatrice: dans le système dual, la formation à la pratique professionnelle a lieu dans l'entreprise formatrice, au sein d'un réseau d'entreprises formatrices, dans une école de métiers ou de commerce, ou dans toute autre institution reconnue compétente en la matière et permettant aux personnes en formation d'acquérir les aptitudes pratiques liées à la profession choisie.
- École professionnelle: elle dispense la formation scolaire, qui comprend l'enseignement des connaissances professionnelles, de la culture générale et de l'éducation physique.
- Cours interentreprises: ils visent l'acquisition d'aptitudes de base et complètent la formation à la pratique professionnelle et la formation scolaire lorsque cela s'avère nécessaire dans la profession choisie.

Les interactions entre les lieux de formation peuvent être représentées comme suit:



La mise en place d'une coopération réussie entre les lieux de formation repose sur les instruments servant à promouvoir la qualité de la formation professionnelle initiale (voir annexe).

3. Profil de qualification

Le profil de qualification décrit le profil professionnel ainsi que les compétences opérationnelles à acquérir et le niveau d'exigences de la profession. Il indique les qualifications que les Interactive media designer (CFC) doivent posséder pour pouvoir exercer la profession de manière compétente et conformément au niveau requis.

En plus de décrire les compétences opérationnelles, le profil de qualification sert de base pour l'élaboration de la procédure de qualification. Il permet en outre la classification du diplôme de la formation professionnelle correspondant dans le cadre national des certifications de la Suisse (CNC formation professionnelle) et l'élaboration du supplément descriptif du certificat.

3.1 Profil de la profession

Domaine d'activité

Les Interactive media designer CFC sont des professionnels de la communication visuelle qui conçoivent et réalisent des moyens de communication numériques interactifs. Ils élaborent et intègrent des contenus comme des images, textes, infographies et réalisations audiovisuelles. Les types de produits réalisés sont variés, il s'agit par exemple de sites web, d'applications, des points de vente interactifs ou des newsletters.

Les Interactive media designer CFC travaillent entre autres dans des agences de design, de communication, de marketing et de publicité, dans des agences dites numériques (entreprises actives dans le domaine du web, des applications et du design UX/UI), dans des entreprises de services actifs dans le domaine de la communication institutionnelle ou d'entreprise, ainsi que dans les médias (p. ex. presse, télévision, réseaux sociaux). Les Interactive media designer CFC travaillent également comme indépendants. Leurs clients sont des PME, des petites entreprises, des indépendants et des organismes publics et privés.

Dans le cadre de la réalisation de leurs mandats les Interactive media designer CFC sont souvent amenés à collaborer avec des spécialistes des domaines professionnels suivants :

- marketing, publicité, relations publiques (p. ex. graphistes, rédacteurs publicitaires, directeurs artistiques, designers d'information, spécialistes du marketing, du marketing web, d'UX et d'optimisation des moteurs de recherche (SEO));
- production et traitement de l'image (p. ex. photographes, illustrateurs, polygraphes, motion designers;
- communication audiovisuelle (p. ex. techniciens et ingénieurs du son, caméramans, monteurs, spécialistes en effets spéciaux);
- industrie du film (p. ex. producteurs, régisseurs, scénaristes, dessinateurs de films animés), domaine de l'événementiel;
- médias (p. ex. journalistes, rédacteurs);
- développement web (p. ex. informaticiens, développeurs front-end et back-end).

Principales compétences opérationnelles

Les Interactive media designer CFC gèrent des projets de médias numériques et interactifs intégrant toutes les étapes de travail, de la planification, de l'organisation et de la réalisation du projet à sa clôture ou à la publication des moyens de communication numériques interactifs.

Ils clarifient les besoins du client et analysent le mandat en tenant compte du public cible. Sur la base de l'ébauche de conception, des esquisses et des recherches approfondies, les Interactive media designer CFC créent des concepts de communication et de design. Ils élaborent et intègrent des contenus tels que des images, des textes, des infographies et des réalisations audiovisuelles selon le concept. Ils conçoivent ensuite les fonctions et les interactions et procèdent aux tests du moyen de communication interactif numérique avant de le publier sur un système de communication numérique en collaboration avec des spécialistes. Pendant l'ensemble du processus de travail, ils sont en contact avec le client pour les concertations et présentations. Ils coordonnent en outre la collaboration avec des spécialistes d'autres domaines professionnels. Ils tiennent compte, pendant toutes les étapes de travail, des prescriptions en matière de sécurité au travail, protection de la santé et de protection de l'environnement.

Pendant la grande majorité de leur temps de travail, les Interactive media designer CFC travaillent à l'ordinateur. Ils requièrent de ce fait des connaissances approfondies en technologies de l'information et de la communication (TIC).

Ils maitrisent les bases de la communication visuelle et font appel à leur créativité et à leurs compétences techniques afin de satisfaire les exigences professionnelles des clients et du public cible.

Les Interactive media designer CFC maitrisent leur langue nationale ainsi que l'anglais technique, indispensable dans leur métier.

Exercice de la profession

Les Interactive media designer CFC travaillent seuls ou au sein d'une équipe. Ils doivent de ce fait faire preuve d'un degré élevé d'autonomie, d'aptitude au travail en équipe, de proactivité, de capacité d'interaction et de compétences organisationnelles. Ils assument la responsabilité de la réalisation des mandats qui leur sont confiés. Ils font en outre preuve de flexibilité et de créativité dans leur manière de travailler. Ils sont ouverts aux différences culturelles nationales et internationales et comprennent les enjeux de notre société numérisée.

Les Interactive media designer CFC ont un intérêt marqué pour l'évolution technologique. Ils se tiennent constamment au courant des tendances culturelles et visuelles et anticipent le monde de demain et s'adaptent aux changements du monde professionnel et des médias numériques. Ils intègrent les nouvelles tendance et innovations techniques dans la réalisation du design des moyens de communication interactifs numériques.

Importance de la profession pour la société, l'économie, la nature et la culture

Les moyens de communication interactifs numériques ont une importance capitale pour la société. Ils sont utilisés dans une multitude de domaines de la vie courante, tel que la communication mobile, les médias d'information, le commerce en ligne (e-commerce), la publicité, l'éducation, les jeux vidéo, l'intelligence artificielle (IA) et d'autres domaines. Les Interactive media designer CFC créent des outils numériques qui permettent une mobilité virtuelle dans la société et rendent ainsi le contenu accessible à un large public.

Dans le cadre de leur activité, les Interactive media designer CFC veillent à économiser les ressources naturelles. Ils sont conscients des enjeux énergétiques liés à la numérisation de la société. Dans leur travail, les Interactive media designer CFC veillent à utiliser les ressources naturelles avec soin, efficacité et dans le respect de l'environnement. Ils comprennent les effets de la numérisation sur la consommation d'énergie et de ressources.

Culture générale

Les cours de culture générale permettent d'acquérir les compétences de base pour parvenir à s'orienter dans le contexte de la vie personnelle et dans la société, ils contribuent à une compréhension des défis privés et professionnels.

3.2 Vue d'ensemble des compétences opérationnelles

↓ Domaines de compétences opérationnelles		Compétences opérationnelles→			
a	**Préparation de projets**	**a1 :** saisir le mandat du client et rédiger le cahier des charges pour l'élaboration de moyens de communication numériques interactifs	**a2 :** analyser les besoins du client, le public cible et le contexte pour des moyens de communication numériques interactifs	**a3 :** élaborer un plan d'idées et une ébauche de conception pour des moyens de communication numériques interactifs	**a4 :** présenter un plan d'idées et une ébauche de conception pour des moyens de communication numériques interactifs et confirmer le mandat au client
b	**Développement de concepts**	**b1** : réaliser des recherches détaillées pour des moyens de communication numériques interactifs	**b2** : élaborer des concepts de communication et de design pour des moyens de communication numériques interactifs	**b3**: planifier et réaliser des tests d'application (tests utilisateurs) pour des moyens de communication numériques interactifs	**b4** : présenter les concepts de communication et de design pour des moyens de communication numériques interactifs et les adapter en fonction des souhaits du client
c	**Élaboration du contenu et du design**	**c1 :** planifier les projets pour des moyens de communication numériques interactifs	**c2** : élaborer ou spécifier des contenus pour des moyens de communication numériques interactifs	**c3** : élaborer le design pour des moyens de communication numériques interactifs	**c4** : présenter les contenus pour des moyens de communication numériques interactifs et mettre en œuvre les feedbacks
d	**Développement des moyens de communication numériques interactifs**	**d1** : élaborer ou spécifier les fonctions et les interactions pour la mise en œuvre technique des moyens de communication numériques interactifs	**d2** : tester et publier les moyens de communication numériques interactifs et évaluer leur introduction	**d3** : clore des projets pour des moyens de communication numérique interactif et évaluer les étapes du processus	

3.3 Niveau d'exigences de la profession

Le niveau d'exigence de la profession est défini de manière détaillée dans le plan de formation à l'aide des objectifs évaluateurs déterminés à partir des compétences opérationnelles pour les trois lieux de formation. Outre les compétences opérationnelles, la formation professionnelle initiale englobe également l'enseignement de la culture générale conformément à l'ordonnance du SEFRI du 27 avril 2006 concernant les conditions minimales relatives à la culture générale dans la formation professionnelle initiale (RS *412.101.241*).

4. Domaines de compétences opérationnelles, compétences opérationnelles et objectifs évaluateurs par lieu de formation

Ce chapitre décrit les compétences opérationnelles, regroupées en domaines de compétences opérationnelles, et les objectifs évaluateurs par lieu de formation. Les instruments servant à promouvoir la qualité, qui sont répertoriés dans l'annexe, viennent soutenir la mise en œuvre de la formation professionnelle initiale et encourager la coopération entre les trois lieux de formation.

Domaine de compétences opérationnelles a: préparation de projets

Dans la phase de préparation des projets pour des contenus numériques interactifs, les besoins du mandant sont saisis, les mandats sont analysés et les cahiers des charges sont élaborés. Les Interactive media designer CFC enregistrent les besoins des groupes cibles, font des recherches en matière de conception, de contenu et sur le plan technique, développent une esquisse d'idées et établissent une ébauche de conception. Ils vérifient la faisabilité et examinent l'adéquation. Ils la présentent au client de manière convaincante et appropriée au destinataire.

Compétence opérationnelle a1: Saisir le mandat du client et rédiger le cahier des charges pour l'élaboration de moyens de communication numériques interactifs

Les Interactive media designer CFC mènent l'entretien avec le client de manière ciblée pour comprendre le mandat et pour saisir les besoins du client. Les discussions se déroulent dans leur langue nationale et en anglais.
Ils enregistrent l'entretien et établissent un cahier des charges dans leur langue nationale et en anglais.

Objectifs évaluateurs entreprise	Objectifs évaluateurs école professionnelle	Objectifs évaluateurs cours interentreprises
	a1.1 Comprendre la communication Les Interactive media designer CFC expliquent les formes de base et les principes d'une communication efficace à l'aide d'un modèle de communication courant. Ils analysent des situations typiques de communication et classent de manière motivée des messages selon leur contenu. (C5)	**a1.1 Comprendre la communication** Les Interactive media designer CFC utilisent les formes de base et les principes d'une communication efficace à l'aide d'un modèle de communication courant. (C3)
a1.2 Saisir les besoins du mandant Les Interactive media designer CFC saisissent les besoins du mandant et de son public cible par des questions appropriées. Lors de la saisie, ils prennent en compte les points suivants: - l'objectif du mandant; - les médias, mandats ou entretiens existants; - le média envisagé/désiré; - l'identité, la corporate identity, le design du client, son positionnement et le	**a1.2 Comprendre l'entretien avec le client et de conseil** Les Interactive media designer CFC décrivent les phases suivantes de l'entretien avec le client ou de l'entretien de conseil ainsi que les exigences spécifiques: - saluer et accueillir le mandant de manière professionnelle; - écouter activement; - analyser les besoins du client avec des questions pertinentes (questions	**a1.2 Saisir les besoins du mandant** Les Interactive media designer CFC saisissent le public cible par des questions appropriées. Lors de la saisie, ils prennent en compte les points suivants: - l'objectif du mandant; - les médias, mandats ou entretiens existants; - le média envisagé/désiré; - l'identité, la corporate identity, le design du client, son positionnement et le contexte du marché du

contexte du marché du mandant; - les indications et limitations spécifiques du client; - les particularités et valeurs culturelles, éthiques, sociales et écologiques du mandant; - les groupes cibles, l'étendue géographique d'action; - les particularités et valeurs culturelles, éthiques, sociales et écologiques du groupe cible; - la planification du temps - les coûts / le budget Ils mènent l'entretien de conseil de manière ciblée et adaptée aux destinataires et montrent au mandant les futures étapes (travaux, calendrier, responsabilités). Les Interactive media designer mènent ces entretiens dans leur langue nationale ou en anglais. (C5)	q/q/q/c, technique de questionnement); - reconnaitre les problèmes, les évaluer et conseiller activement la clientèle; - entrer en matière suite à d'éventuelles objections du mandant; - conclure l'entretien et le conseil; - prendre congé du mandant (C2)	mandant; - les indications et limitations spécifiques du client; - les particularités et valeurs culturelles, éthiques, sociales et écologiques du mandant; - les groupes cibles, l'étendue géographique d'action; - les particularités et valeurs culturelles, éthiques, sociales et écologiques du groupe cible; - la planification du temps; - les coûts / le budget (C3)
a1.3 Noter les résultats et établir le cahier de charges Les Interactive media designer CFC retiennent sous une forme claire et approprié les résultats de l'entretien avec le client et établissent un cahier des charges selon les directives de l'entreprise. Ils retiennent sous une forme compréhensible pour d'autres les directives suivantes du mandant dans leur langue nationale ou en anglais: - but de la communication - groupe cible - valeurs culturelles - message - directives techniques - médias - calendrier - enveloppe financière (C3)	**a1.3 Établir le cahier des charges** Les Interactive media designer CFC décrivent la structure, les contenus et les objectifs d'un cahier des charges. Pour des projets concrets, ils établissent et gèrent leurs cahiers des charges de façon claire et complète, dans leur langue nationale et en anglais. (C3)	**a1.3 Établir le cahier des charges** Les Interactive media designer CFC décrivent la structure, les contenus et les objectifs d'un cahier des charges. Pour des projets concrets, ils établissent et gèrent leurs cahiers des charges de façon claire et complète, dans leur langue nationale et en anglais. (C3)

Compétence opérationnelle a2: analyser les besoins du client, le public cible et le contexte pour des moyens de communication numériques interactifs

Les Interactive media designer CFC effectuent des analyses spécifiques au projet afin de comprendre les besoins et les objectifs du client et du groupe cible. Ils analysent le contexte du projet et le groupe cible afin d'obtenir des résultats pertinents pour les décisions relatives au concept.

Les Interactive media designer CFC vérifient la faisabilité du mandat selon le cahier des charges. Ils examinent et apprécient l'adéquation et procèdent à une évaluation approximative des ressources nécessaires à un concept préliminaire.

Objectifs évaluateurs entreprise	**Objectifs évaluateurs école professionnelle**	**Objectifs évaluateurs cours interentreprises**
a2.1 Analyser les besoins du mandant, le groupe cible et le contexte Les Interactive media designer CFC effectuent des analyses spécifiques au projet pour comprendre les besoins et les objectifs du mandant et du groupe cible. Ils analysent le contexte du projet et le groupe cible afin d'obtenir des informations pertinentes pour les décisions relatives au concept. (C5)	**a2.1 Analyser les besoins du mandant, le groupe cible et le contexte** Les Interactive media designer CFC connaissent différentes méthodes pour réaliser des analyses spécifiques à un projet. (C2)	**a2.1 Analyser les besoins du mandant, le groupe cible et le contexte.** Les Interactive media designer CFC effectuent des analyses spécifiques au projet. Ils analysent le contexte du projet et le groupe cible afin d'obtenir des informations pertinentes pour les décisions relatives au concept. (C5)
a2.2 Clarifier et évaluer la faisabilité et la pertinence du projet Les Interactive media designer CFC vérifient la faisabilité du mandat. Ils examinent et apprécient l'adéquation du mandat ainsi que les idées et les exigences du mandant sur la base des points suivants: - cohérence entre entreprise, valeurs, objectifs et message; - concordance entre média et groupes cible (entendue géographique d'action); - faisabilité dans les temps envisagés et avec le budget prévu. (C5)		
a2.3 Estimer approximativement les ressources nécessaires pour un concept préliminaire Les Interactive media designer CFC établissent une estimation approximative pour une ébauche de conception et la communiquent au mandant. (C3)		

Compétence opérationnelle a3 : élaborer un plan d'idées et une ébauche de conception pour des moyens de communication numériques interactifs

Les Interactive media designer CFC recueillent des idées et établissent des esquisses d'idées. Ils se fondent sur les recherches créatives, de contenu et techniques ainsi que sur leur imagination pour élaborer de premières approches de conception. Ils appliquent diverses méthodes du domaine de l'User Experience et de l'User Interface pour créer une ébauche de conception à l'aide de moyens analogiques ou numériques appropriés. Ils planifient la suite de la procédure.

Objectifs évaluateurs entreprise	Objectifs évaluateurs école professionnelle	Objectifs évaluateurs cours interentreprises
a3.1 Collecter et développer des idées Les Interactive media designer CFC collectent et développent des idées, seuls, en équipe ou avec le mandant. Ils mènent un processus ouvert et créatif sur la base de recherches de création, de contenu et techniques. (C5)	**a3.1 Collecter et développer des idées** Les Interactive media designer CFC collectent et développent des idées dans un processus créatif ouvert. (C5)	**a3.1 Collecter et développer des idées** Les Interactive media designer CFC collectent et développent des idées dans un processus créatif ouvert. (C5)
a3.2 Visualiser les idées Les Interactive media designer CFC utilisent des techniques appropriées pour visualiser leurs idées. (C5)	**a3.2 Visualiser les idées** Les Interactive media designer CFC utilisent des techniques visuelles appropriées pour visualiser leurs idées (esquisses, images statiques et animées, texte, diagramme de déroulement, etc.). (C5)	**a3.2 Visualiser les idées** Les Interactive media designer CFC utilisent des techniques appropriées pour visualiser leurs idées. (C5)
a3.3 Développer de premières approches créatives Les Interactive media designer CFC développent de premières approches de conception. Ils prennent en compte: - la concordance entre entreprise, valeurs, objectifs et message; - la concordance entre le média et les groupes cible (étendue géographique d'action); - la faisabilité par rapport au temps prévu et au budget envisagé. Ils font un choix, seul ou en équipe, et le motivent. (C5)	**a3.3 Développer de premières approches créatives** Les Interactive media designer CFC développent de premières approches de conception. Ils prennent en compte: - la concordance entre entreprise, valeurs, objectifs et message; - la concordance entre le média et les groupes cible (étendue géographique d'action); Ils font un choix et le motivent. (C5)	**a3.3 Développer de premières approches créatives** Les Interactive media designer CFC développent de premières approches de conception. Ils prennent en compte: - la concordance entre entreprise, valeurs, objectifs et message; - la concordance entre le média et les groupes cible (étendue géographique d'action); Ils font un choix et le motivent. (C5)
a3.4 Établir une ébauche de conception Les Interactive media designer CFC établissent, sur la base des idées et des approches sélectionnées, une ébauche de conception claire et pertinente. (C5)	**a3.4 Établir une ébauche de conception** Les Interactive media designer CFC établissent, sur la base des idées et des approches sélectionnées, une ébauche de conception claire et pertinente. (C5)	**a3.4 Établir une ébauche de conception** Les Interactive media designer CFC établissent, sur la base des idées et des approches sélectionnées, une ébauche de conception claire et pertinente. (C5)

	a3.5 Décrire les éléments d'une offre Les Interactive media designer CFC nomment les plus importants facteurs de coût d'un projet. Ils nomment les éléments d'une offre (coûts internes et externes) et expliquent les conditions légales. (C2)	
a3.6 Établir la planification des travaux Les Interactive media designer CFC établissent en fonction du projet une planification du travail comprenant les étapes suivantes: - déterminer les tâches - fixer les responsabilités - fixer la chronologie des étapes de travail - désigner les éléments critiques - établir le calendrier du projet (C5)	**a3.6 Décrire les objectifs et les contraintes pour la planification des travaux** Les Interactive media designer CFC décrivent les objectifs et les exigences par rapport à une planification des travaux orientée vers les objectifs. (C2)	**a3.6 Établir la planification des travaux** Les Interactive media designer CFC établissent en fonction du projet une planification des travaux comprenant les étapes suivantes: - déterminer les tâches - fixer les responsabilités - fixer la chronologie des étapes de travail - designer les éléments critiques (C5)

Compétence opérationnelle a4 : présenter un plan d'idées et une ébauche de conception pour des moyens de communication numériques interactifs et confirmer le mandat au client

Les Interactive media designer CFC préparent une présentation correspondant au mandat et au destinataire. Ils présentent leurs idées et la planification du travail de manière convaincante et indiquent leurs motifs. La présentation se déroule dans leur langue nationale et en anglais.

Ils documentent clairement les accords et complètent ou modifient le cahier des charges dans leur langue nationale et en anglais.

Objectifs évaluateurs entreprise	**Objectifs évaluateurs école professionnelle**	**Objectifs évaluateurs cours interentreprises**
a4.1 Etablir la présentation Les Interactive media designer CFC déterminent en fonction du mandat et du destinataire une forme appropriée de présentation et l'élaborent dans leur langue nationale ou en anglais. (C5)	**a4.1 Etablir la présentation** Les Interactive media designer CFC décrivent les formes courantes de présentations. Ils expliquent les exigences face aux présentations correspondant aux destinataires et au mandat. Ils choisissent la forme appropriée et élaborent la présentation dans la langue nationale et en anglais. (C3)	
a4.2 Faire la présentation et documenter les accords Les Interactive media designer CFC présentent leurs idées et la planification des travaux de	**a4.2 Faire la présentation** Les Interactive media designer CFC présentent leurs idées de manière convaincante et les	

façon convaincante dans leur langue nationale ou en anglais, et indiquent leurs motifs. Ils montrent les avantages spécifiques du projet. Suite à des questions, suggestions ou éventuelles objections du mandant, ils réagissent et argumentent de manière pertinente. Ils documentent les accords, complètent ou modifient le cahier des charges dans leur langue nationale ou en anglais et procèdent à la confirmation du mandat. (C5)	motivent dans leur langue nationale ou en anglais. Ils montrent les avantages spécifiques au projet. (C3)	

Domaine de compétences opérationnelles b : développement de concepts

Après l'approbation du concept préliminaire, les Interactive media designer CFC mènent des recherches détaillées sur le groupe cible, le marché et le contexte, dans leur langue nationale et en anglais. Ils analysent les résultats et les résument de manière pertinente pour le concept. Ils établissent un concept de communication et de design dans leur langue nationale et en anglais, adapté au mandat et au groupe cible. Ils planifient et réalisent les tests utilisateurs pour valider le concept. Ils présentent leurs résultats au mandant.

Compétence opérationnelle b1 : réaliser des recherches détaillées pour des moyens de communication numériques interactifs

Les Interactive media designer CFC connaissent les sources analogiques et numériques appropriées et les méthodes de recherche détaillée. Ils mènent des recherches détaillées, en évaluent les résultats et en tirent les conclusions pertinentes pour le concept.

Objectifs évaluateurs entreprise	**Objectifs évaluateurs école professionnelle**	**Objectifs évaluateurs cours interentreprises**
b1.1 Mener des recherches Les Interactive media designer CFC mènent, dans leur langue nationale et en anglais, des recherches axées sur les objectifs et les groupes cibles en utilisant les sources et les méthodes appropriées. Ils se focalisent sur: - le domaine d'activité, l'offre et les activités du mandant et de la concurrence; - la communication du mandant et de la concurrence; - le public cible (le comportement médiatique, la compétence technique, la distribution géographique, les préférences visuelles, le contexte culturel, les valeurs et le niveau d'instruction); - le domaine thématique; - l'identité / les valeurs et la culture du mandant (C5)	**b1.1 Mener des recherches** Les Interactive media designer CFC mènent, dans leur langue nationale et en anglais, des recherches axées sur les objectifs et les groupes cibles en utilisant les sources et les méthodes appropriées. Ils se focalisent sur: - le domaine d'activité, l'offre et les activités du mandant et de la concurrence; - la communication du mandant et de la concurrence; - le public cible (le comportement médiatique, la compétence technique, la distribution géographique, les préférences visuelles, le contexte culturel, les valeurs et le niveau d'instruction); - le domaine thématique; - l'identité / les valeurs et la culture du mandant (C5	**b1.1 Mener des recherches** Les Interactive media designer CFC mènent, dans leur langue nationale et en anglais, des recherches axées sur les objectifs et les groupes cibles en utilisant les sources et les méthodes appropriées. Ils se focalisent sur: - le domaine d'activité, l'offre et les activités du mandant et de la concurrence; - la communication du mandant et de la concurrence; - le public cible (le comportement médiatique, la compétence technique, la distribution géographique, les préférences visuelles, le contexte culturel, les valeurs et le niveau d'instruction); - le domaine thématique;

		- l'identité / les valeurs et la culture du mandant (C5)
b1.2 Évaluer les résultats des recherches Les Interactive media designer CFC évaluent le potentiel des recherches en termes de contenu et de créativité dans la perspective des objectifs du mandat, et tirent des résultats de leur évaluation les conclusions pertinentes pour le concept. (C6)	**b1.2 Évaluer les résultats des recherches** Les Interactive media designer CFC évaluent le potentiel des recherches en termes de contenu et de créativité dans la perspective des objectifs du mandat, et tirent des résultats de leur évaluation les conclusions pertinentes pour le concept. (C6)	**b1.2 Évaluer les résultats des recherches** Les Interactive media designer CFC évaluent le potentiel des recherches en termes de contenu et de créativité dans la perspective des objectifs du mandat, et tirent des résultats de leur évaluation les conclusions pertinentes pour le concept. (C6)
b1.3 Déterminer les bases de la communication et du concept de design Les Interactive media designer CFC définissent, sur la base des recherches, l'objectif, la structure et le contenu du concept de communication et de design. (C5)	**b1.3 Déterminer les bases de la communication et du concept de design** Les Interactive media designer CFC définissent, sur la base des recherches, l'objectif, la structure et le contenu du concept de communication et de design. (C5)	

Compétence opérationnelle b2 : élaborer des concepts de communication et de design pour des moyens de communication numériques interactifs Les Interactive media designer CFC établissent des idées, des projets, des variantes de layout sur la base des résultats de leurs recherches. Les concepts répondent aux exigences fonctionnelles, sont novateurs et tiennent compte des règles de la convivialité en matière d'utilisation.		
Objectifs évaluateurs entreprise	**Objectifs évaluateurs école professionnelle**	**Objectifs évaluateurs cours interentreprises**
	b2.1 Reconnaître les principes de la communication visuelle Les Interactive media designer CFC interprètent et comparent des messages et des points de vue en matière de création sur la base de: - la culture - des arts - du dessin - des médias Ils tiennent compte de l'évolution de l'histoire contemporaine. Ils expliquent les modèles et l'évolution historique de la communication visuelle aux vues des tâches en matière de création visuelle. Ils décrivent les fonctions et les possibilités d'utilisation des	

	différents produits médiatiques. Ils reconnaissent et analysent les informations transmises par les médias en fonction du contenu, du message, de la diffusion et de l'impact. (C4)	
	b2.2 Expliquer les bases de la perception visuelle Les Interactive media designer CFC - expliquent les conditions physiques de la perception visuelle; - décrivent la vision spatiale; - expliquent les caractéristiques et l'effet de la perception des couleurs et des formes et les appliquent dans la création visuelle; - identifient et expliquent des phénomènes de perception; - décrivent les aspects psychologiques de la forme et de la couleur et connaissent leur effet sur la perception visuelle. (C2)	
	b2.3 Appliquer les bases de la perception visuelle Les Interactive media designer CFC développent et créent des messages en fonction du destinataire en tenant compte de la perception visuelle. (C5)	**b2.3 Appliquer les bases de la perception visuelle** Les Interactive media designer CFC développent et créent des messages en fonction du destinataire en tenant compte de la perception visuelle. (C5)
	b2.4 Expliquer les exigences par rapport aux contenus Les Interactive media designer CFC expliquent les exigences relatives aux contenus statiques et mobiles. **Contenus statiques** - image - texte (typographie/caractères) - graphique 2D/3D - illustration **Contenus mobiles** - texte animé (typographie /caractères) - animation 2D/3D - illustration animée - audio/vidéo **Exigences posées à ces contenus**	

	- exigences esthétiques (forme) - exigences techniques (fonctionnalité) - usability dans la compréhension de l'interface utilisateur; expérience utilisateur - exigences sous l'angle éthique, social, culturel, écologique et légal (C2)	
	b2.5 Expliquer les fonctions des moyens de communication Les Interactive media designer CFC expliquent les fonctions des moyens de communication, selon les critères suivants: - canal - distribution - environnement - structure - technologie - hiérarchie - navigation - déroulement - diffusion - constantes et variables (C2)	
	b2.6 Expliquer les directives et options techniques en lien avec les moyens de communication Les Interactive media designer CFC connaissent les différences spécifiques aux médias et expliquent les directives et options techniques des éléments suivants: - présentation - possibilités et restrictions techniques - domaines d'utilisation / diffusion (C2)	
b2.7 Développer des idées Les Interactive media designer CFC développent des idées créatives, fonctionnelles et innovantes qui répondent aux exigences du mandat sous l'angle - du style visuel, - des moyens de communication numériques interactifs choisis, - du comportement interactif et médiatique du public cible	**b2.7 Développer des idées** Les Interactive media designer CFC développent des idées créatives, fonctionnelles et innovantes qui répondent aux exigences du mandat sous l'angle - du style visuel, - des moyens de communication numériques interactifs choisis, - du comportement interactif et médiatique du public cible	**b2.7 Développer des idées** Les Interactive media designer CFC développent des idées créatives, fonctionnelles et innovantes qui répondent aux exigences du mandat sous l'angle - du style visuel, - des moyens de communication numériques interactifs choisis, - du comportement interactif et médiatique du public cible

Ils tiennent compte: - des exigences par rapport aux contenus; - du fonctionnement des moyens de communication; - des directives et possibilités techniques des moyens de communication (C5)	Ils tiennent compte: - des exigences par rapport aux contenus; - du fonctionnement des moyens de communication; - des directives et possibilités techniques des moyens de communication (C5)	Ils tiennent compte: - des exigences par rapport aux contenus; - du fonctionnement des moyens de communication; - des directives et possibilités techniques des moyens de communication (C5)
b2.8 Établir des concepts Les Interactive media designer CFC établissent en fonction du mandat les concepts suivants: - concept de communication - concept de design (langage créatif/expression visuelle, style créatif) - concept d'utilisation (usability) - concept audio/vidéo, par exemple storyboard, pitch. (C5)	**b2.8 Établir des concepts** Les Interactive media designer CFC expliquent les objectifs, contenus, structures et exigences pour les concepts suivants: - concept de communication - concept de design (langage créatif/expression visuelle, style créatif) - concept d'utilisation (usability) - concept audio/vidéo, par exemple storyboard, pitch. Ils établissent ces concepts en fonction du projet et prennent en compte: - les exigences pour les contenus; - la fonctionnalité des moyens de communication; - les directives et possibilités techniques des systèmes de communication; - les critères écologiques (C5)	**b2.8 Établir des concepts** Les Interactive media designer CFC expliquent les objectifs, contenus, structures et exigences pour les concepts suivants: - concept de communication - concept de design (langage créatif/expression visuelle, style créatif) - concept d'utilisation (usability) - concept audio/vidéo, par exemple storyboard, pitch. Ils établissent ces concepts en fonction du projet et prennent en compte: - les exigences pour les contenus; - la fonctionnalité des moyens de communication; - les directives et possibilités techniques des systèmes de communication; - les critères écologiques (C5)
b2.9 Développer des variantes de maquettes Les Interactive media designer CFC élaborent des variantes de maquettes spécifiques au projet, les évaluent et font un choix. Pour ce faire, ils tiennent compte: - des exigences du mandant et du public cible; - de la cohérence avec les objectifs en matière de communication; - de l'originalité et du caractère novateur; - de la faisabilité (C5)	**b2.9 Développer des variantes de maquettes** Les Interactive media designer CFC élaborent des variantes de maquettes spécifiques au projet à l'aide de diverses techniques d'expression du design, les évaluent et font un choix. Pour ce faire, ils tiennent compte: - des exigences du mandant et du public cible; - de la cohérence avec les objectifs en matière de communication; - de l'originalité et du caractère novateur; - de la faisabilité (C5)	**b2.9 Développer des variantes de maquettes** Les Interactive media designer CFC élaborent des variantes de maquettes spécifiques au projet à l'aide de diverses techniques d'expression du design, les évaluent et font un choix. Pour ce faire, ils tiennent compte: - des exigences du mandant et du public cible; - de la cohérence avec les objectifs en matière de communication; - de l'originalité et du caractère novateur; - de la faisabilité (C5)
b2.10 Élaborer des propositions	**b2.10 Élaborer des propositions**	**b2.10 Élaborer des propositions**

Les Interactive media designer CFC visualisent des propositions choisies pour le mandant de manière pertinente et convaincante. Ils choisissent une forme appropriée pour visualiser les idées. (C5)	Les Interactive media designer CFC visualisent des propositions choisies de manière pertinente et convaincante. Ils choisissent une forme appropriée pour visualiser les idées. (C5)	Les Interactive media designer CFC visualisent des propositions choisies de manière pertinente et convaincante. Ils choisissent une forme appropriée pour visualiser les idées. (C5)

Compétence opérationnelle b3: planifier et réaliser des tests d'application (tests utilisateurs) pour des moyens de communication numériques interactifs

Les Interactive media designer CFC testent leur concept avec des représentants du groupe cible afin d'identifier les erreurs ou les problèmes du concept à un stade précoce. Ils préparent le test utilisateurs, invitent les personnes participant au test et réalisent le test. Ils documentent le feedback. Ils veillent à ce que le feedback reçu soit intégré de manière compréhensible dans le concept amélioré.

Objectifs évaluateurs entreprise	**Objectifs évaluateurs école professionnelle**	**Objectifs évaluateurs cours interentreprises**
b3.1 Préparer les tests utilisateurs Les Interactive media designer CFC sélectionnent une méthode appropriée pour obtenir les résultats souhaités. Ils préparent le test avec les documents nécessaires et organisent le test. (C5)	**b3.1 Préparer les tests utilisateurs** Les Interactive media designer CFC connaissent les méthodes des tests utilisateurs orientés vers les cibles. Ils choisissent une méthode appropriée pour obtenir les résultats souhaités. Ils préparent le test avec les documents nécessaires et organisent le test. (C5)	**b3.1 Préparer les tests utilisateurs** Les Interactive media designer CFC connaissent les méthodes de tests utilisateurs orientés vers les cibles. Ils choisissent une méthode appropriée pour obtenir les résultats souhaités. Ils préparent le test avec les documents nécessaires et organisent le test. (C5)
b3.2 Effectuer les tests utilisateurs Les Interactive media designer CFC initient les personnes participant au test à la situation d'essai sur place ou virtuellement et effectuent le test utilisateurs. Ils documentent le test sous une forme appropriée pour une évaluation ultérieure. (C5)	**b3.2 Effectuer les tests utilisateurs** Les Interactive media designer CFC connaissent les étapes d'un test utilisateur ciblé. Ils initient les personnes participant au test à la situation d'essai sur place ou virtuellement et effectuent le test utilisateurs. Ils documentent le test sous une forme appropriée pour une évaluation ultérieure. (C3)	**b3.2 Effectuer les tests utilisateurs** Les Interactive media designer CFC connaissent les étapes d'un test utilisateur ciblé. Ils initient les personnes participant au test à la situation d'essai sur place ou virtuellement et effectuent le test utilisateurs. Ils documentent le test sous une forme appropriée pour une évaluation ultérieure. (C3)
b3.3 Évaluer les tests utilisateurs et optimiser le projet Les Interactive media designer CFC évaluent correctement les tests utilisateurs et en tirent les bonnes conclusions pour le projet. Sur la base des résultats des tests utilisateurs, ils corrigent ou optimisent le projet de manière appropriée. (C5)	**b3.3 Évaluer les tests utilisateurs et optimiser le projet** Les Interactive media designer CFC connaissent les possibilités d'évaluer correctement les tests utilisateurs. Ils tirent les bonnes conclusions pour le projet. Sur la base des résultats des tests utilisateurs, ils corrigent ou	**b3.3 Évaluer les tests utilisateurs et optimiser le projet** Les Interactive media designer CFC connaissent les possibilités d'évaluer correctement les tests utilisateurs. Ils tirent les bonnes conclusions pour le projet. Sur la base des résultats des tests utilisateurs, ils corrigent ou

	optimisent le projet de manière appropriée. (C5)	optimisent le projet de manière appropriée. (C5)

Compétence opérationnelle b4 : présenter les concepts de communication et de design pour des moyens de communication numériques interactifs et les adapter en fonction des souhaits du client

Les Interactive media designer CFC établissent une présentation correspondant au mandat et au destinataire sous la forme appropriée. Ils présentent leurs concepts de manière convaincante et les motivent. La présentation se déroule dans leur langue nationale et en anglais. Ils veillent à ce que les feedbacks reçus après la présentation soient intégrées au concept.

Objectifs évaluateurs entreprise	**Objectifs évaluateurs école professionnelle**	**Objectifs évaluateurs cours interentreprises**
b4.1 Etablir une présentation Les Interactive media designer CFC déterminent en fonction du mandat et du client une forme appropriée de présentation du concept et réalisent la présentation dans leur langue nationale ou en anglais. (C5)	**b4.1 Etablir une présentation** Les Interactive media designer CFC connaissent différentes formes de présentations. Ils déterminent une forme appropriée de présentation du concept et réalisent la présentation du concept dans leur langue nationale ou en anglais. (C5)	**b4.1 Etablir une présentation** Les Interactive media designer CFC connaissent différentes formes de présentations. Ils déterminent une forme appropriée de présentation du concept et réalisent la présentation du concept dans leur langue nationale ou en anglais. (C5)
b4.2 Faire la présentation Les Interactive media designer CFC présentent les concepts de communication et de design de manière convaincante et les motivent. Ils démontrent les innovations spécifiques au client et la plus-value pour le client. Suite à des questions, suggestions ou éventuelles objections du client, ils réagissent dans la perspective du client et argumentent de manière pertinente dans leur langue nationale ou en anglais. Ils documentent les accords, complètent ou modifient les concepts si nécessaire. (C5)	**b4.2 Faire la présentation** Les Interactive media designer CFC présentent les concepts de communication et de design de manière convaincante et les motivent dans leur langue nationale ou en anglais. Ils montrent les innovations. (C3)	**b4.2 Faire la présentation** Les Interactive media designer CFC présentent les concepts de communication et de design de manière convaincante et les motivent dans leur langue nationale ou en anglais. Ils montrent les innovations. (C3)

Domaine de compétences opérationnelles c : élaboration du contenu et du design

Avec l'établissement de design pour des moyens de communication numériques interactifs, les exigences du client sont transformées en produits concrets. Pour cela, les Interactive media designer CFC planifient et organisent leurs travaux. Ils spécifient et élaborent selon le concept les contenus et le design des moyens de communication numériques interactifs.

Compétence opérationnelle c1 : planifier les projets pour des moyens de communication numériques interactifs

Les Interactive media designer CFC déterminent la concrétisation du concept ainsi que les exigences techniques et établissent le plan et l'organisation du projet. Ce faisant, ils tiennent compte de la méthode de travail ou de projet spécifiée ou idéale pour le projet (classique, agile, etc.).		
Objectifs évaluateurs entreprise	**Objectifs évaluateurs école professionnelle**	**Objectifs évaluateurs cours interentreprises**
c1.1 Réaliser le projet et déterminer les exigences techniques Les Interactive media designer CFC déterminent la réalisation du projet et des exigences techniques à l'aide des points suivants: - désigner les partenaires pour la réalisation et déterminer les responsabilités; - évaluer le temps nécessaire, établir le calendrier en tenant compte des implications; - fixer les délimitations techniques du projet (C5)	**c1.1 Réaliser le projet et déterminer les exigences techniques** Les Interactive media designer CFC déterminent la réalisation du projet et des exigences techniques en tenant compte du calendrier. Ils connaissent différentes méthodes de travail ou de projet et appliquent une méthode appropriée (classique, agile, etc.). (C3)	
c1.2 Établir un plan de projet Les Interactive media designer CFC planifient les travaux selon le projet avec les contenus suivants: - travaux internes à l'entreprise - matériaux - infrastructure - travaux de tiers - autres contenus importants spécifiques au projet (C5)		
c1.3 Clarifier la collaboration avec des partenaires du projet (internes/externes) Les Interactive media designer CFC mènent l'entretien avec les partenaires du projet (internes ou externes) sur la base des éléments suivants : - visualisation et concept - exigences techniques Ils clarifient et tranchent avec les partenaires les questions ouvertes dans leur langue nationale ou en anglais. (C5)		

c1.4 Assurer la protection de la santé Les Interactive media designer CFC installent leur lieu de travail de manière ergonomique. (C3)		
c1.5 Appliquer des mesures de protection et de sécurité pour le matériel et les logiciels Les Interactive media designer CFC assurent la sécurité et la disponibilité de leurs données (sauvegarde) et opèrent avec la sécurité nécessaire dans des serveurs et des cloudtools sur Internet. Ce faisant, ils agissent conformément aux spécifications de l'entreprise. (C3).	**c1.5 Appliquer des mesures de protection et de sécurité pour le matériel et les logiciels** Les Interactive media designer CFC assurent la sécurité et la disponibilité de leurs données (sauvegarde) et opèrent avec la sécurité nécessaire dans des serveurs et des cloudtools sur Internet (C3).	
c1.6 Mettre en œuvre des mesures d'écologie de bureau Les Interactive media designer CFC utilisent les outils de travail de manière économe en énergie et éliminent les déchets de manière respectueuse de l'environnement. (C3)	**c1.6 Décrire des mesures d'écologie de bureau** Les Interactive media designer CFC décrivent les mesures pour réduire la consommation d'énergie des outils de travail et pour éliminer les déchets de manière respectueuse de l'environnement, et mettent ces mesures en œuvre dans la mesure du possible. (C3)	

Compétence opérationnelle c2 : élaborer ou spécifier des contenus pour des moyens de communication numériques interactifs Les Interactive media designer CFC spécifient et élaborent le contenu statique et mobile des moyens de communication numériques interactifs selon le concept.		
Objectifs évaluateurs entreprise	**Objectifs évaluateurs école professionnelle**	**Objectifs évaluateurs cours interentreprises**
	c2.1 Faire des projets d'illustrations/dessins Les Interactive media designer CFC - décrivent et utilisent les techniques (manuelles et numériques), les substances, les domaines d'application de la couleur comme matériau; - perçoivent les éléments formels et de représentation dans leurs effets (point, ligne, surface et espace);	

	- identifient les proportions et les utilisent; - expliquent différents types de perspective (centrée, à deux points de fuite, colorée, aérienne et perspective de signification) ainsi que les bases de la théorie des formes; - appliquent de manière pertinente et appropriée des procèdes de représentation spatiale dans leur propre activité créative; - saisissent les aspects de la composition; - élaborent des illustrations sous leurs différentes formes. Ils utilisent pour ce faire la représentation graphique adéquate. (C5)	
	c2.2. Établir des infographies Les Interactive media designer CFC développent et réalisent des travaux de création visuelle contenant des liens entre le texte et les images. (C5)	
	c2.3 Réaliser des photographies Les Interactive media designer CFC - décrivent les températures chromatiques des différentes sources de lumière; - expliquent l'importance esthétique et sociale de la photographie; - expliquent les exigences et les moyens auxiliaires pour la production d'images; - décrivent les différents genres de photographie; - utilisent les procédés de capture photographique, de travail des images, de profondeur de champ et d'éclairage; - utilisent de manière autonome la photographie comme média de représentation; - traitent les images avec les logiciels, moyens auxiliaires ou outils appropriés. (C3)	**c2.3 Réaliser des photographies** Les Interactive media designer CFC - déterminent les températures chromatiques appropriées à l'aide de différentes sources de lumière; - prennent en considération l'importance esthétique et sociale de la photographie; - utilisent des moyens auxiliaires appropriés pour la production d'images; - utilisent les procédés de capture photographique, de travail des images, de profondeur de champ et d'éclairage; - traitent les images avec les logiciels, moyens auxiliaires ou outils appropriés. (C3)
	c2.4 Utiliser la vidéo/l'audio	**c2.4 Utiliser la vidéo/l'audio**

	Les Interactive media designer CFC - expliquent l'importance esthétique et sociale de la production cinématographique, télévisuelle, vidéographique et audiovisuelle; - décrivent les différents genres de production audiovisuelle; - élaborent la narration et le scénario pour une production audiovisuelle; - élaborent des instruments tels que le storyboarding et le plan de production et les utilisent dans la préproduction; - enregistrent de manière autonome des séquences vidéo et audio en tenant compte des éléments de création, de mise en scène et d'éclairage; - traitent des images vidéo et des sources audio avec des logiciels, des moyens auxiliaires ou des outils appropriés et les utilisent de manière pertinente. (C5)	Les Interactive media designer CFC - tiennent compte des différents genres de la production audiovisuelle dans la réalisation; - élaborent la narration et le scénario pour une production audiovisuelle; - élaborent des instruments tels que le storyboarding et le plan de production et les utilisent dans la préproduction; - enregistrent de manière autonome des séquences vidéo et audio en tenant compte des éléments de création, de mise en scène et de la technique cinématographique professionnelle dans les domaines de l'image, du son et de l'éclairage; - traitent des images vidéo et des sources audio avec des logiciels, moyens auxiliaires ou outils appropriés, de manière pertinente. (C5)
	c2.5 Comprendre la propriété intellectuelle et les droits d'auteur Les Interactive media designer CFC expliquent la notion de propriété intellectuelle et les principales dispositions relatives au droit d'auteur. En utilisant des sources, ils respectent les dispositions légales et citent correctement les textes. (C5)	**c2.5 Tenir compte de la propriété intellectuelle et des droits d'auteur** Les Interactive media designer CFC tiennent compte de la notion de propriété intellectuelle et des principales dispositions relatives au droit d'auteur. En utilisant des sources, ils respectent les dispositions légales et citent correctement les textes. (C3)
c2.6 Spécifier et produire des contenus Les Interactive media designer CFC spécifient les contenus ci-après et les produisent à l'aide de techniques manuelles et numériques ainsi que du matériel et des logiciels correspondants, conformément au concept: **Contenus statiques** - image - texte (typographie/caractères)	**c2.6 Spécifier et produire des contenus** Les Interactive media designer CFC spécifient les contenus suivants et établissent au moyen de techniques manuelles et numériques, le hardware et les logiciels appropriés en fonction du concept. **Contenus statiques** - image - texte (typographie/caractères)	**c2.6 Spécifier et produire des contenus** Les Interactive media designer CFC spécifient les contenus suivants et établissent au moyen de techniques manuelles et numériques, le hardware et les logiciels appropriés en fonction du concept. **Contenus statiques** - image - animation/3D **Contenus mobiles**

- représentations graphiques 2D/3D - illustration **Contenus mobiles** - image - texte (typographie/caractères) - représentations graphiques 2D/3D - illustration - audio/vidéo Ce faisant, ils respectent et intègrent les données et les normes éthiques, sociales, culturelles, écologiques et juridiques. (C5)	- représentations graphiques 2D/3D - illustration **Contenus mobiles** - image - texte (typographie/caractères) - représentations graphiques 2D/3D - illustration - audio/vidéo Ce faisant, ils respectent et intègrent les données et les normes éthiques, sociales, culturelles, écologiques et juridiques. (C5)	- image - animation/3D - vidéo Ce faisant, ils respectent et intègrent les données et les normes éthiques, sociales, culturelles, écologiques et juridiques. (C5)
c2.7 Vérifier les textes sur le plan linguistique à l'aide de programmes de correction Les Interactive media designer CFC contrôlent les contenus de leurs propres textes dans la langue nationale ou en anglais et les optimisent si nécessaire à l'aide p.ex. d'un dictionnaire unilingue ou bilingue, d'un corpus de référence électronique ou d'un logiciel de correction. (C5)	**c2.7 Rédaction de textes** Les Interactive media designer CFC contrôlent les contenus de leurs propres textes dans la langue nationale ou en anglais et les optimisent si nécessaire à l'aide p.ex. d'un dictionnaire unilingue ou bilingue, d'un corpus de référence électronique ou d'un logiciel de correction. (C5)	

Compétence opérationnelle c3: élaborer le design pour des moyens de communication numériques interactifs

Les Interactive media designer CFC élaborent le design pour des moyens de communication numériques interactifs selon le concept.

Objectifs évaluateurs entreprise	Objectifs évaluateurs école professionnelle	Objectifs évaluateurs cours interentreprises
	c3.1 Utiliser les bases de la sémiologie et de la sémiotique Les Interactive media designer CFC décodent des messages en ce qui concerne le contenu, la forme et l'utilisation à l'aide de la terminologie spécialisée . Ils jugent les caractéristiques de travaux de la création visuelle selon les contenus et l'expression créative. (C6)	
	c3.2 Utiliser la théorie des couleurs	

	Les Interactive media designer CFC expliquent les règles de la théorie des couleurs et perçoivent consciemment la couleur comme dimension créative. Ils expliquent des modèles de couleurs ainsi que les lois du mélange des couleurs (additif/soustractif) et les contrastes de couleurs. Ils décrivent l'interaction entre les couleurs et leur tonalité. Ils utilisent la couleur comme moyen de création. (C3)	
	c3.3 Utiliser les bases de la typographie et de l'écriture Les Interactive media designer CFC - expliquent les bases et les règles typographiques et les utilisent correctement; - développent et élaborent leurs travaux créatifs avec des outils et des logiciels; - vérifient leurs travaux en ce qui concerne la lisibilité, le caractère, l'expression et l'effet; - hiérarchisent et structurent des textes et les traitent en fonction du destinataire; - décrivent l'histoire de l'écriture en partant de ses origines jusqu'à ce jour; - nomment les exigences par rapport à l'écriture pour les systèmes de communication numériques - décrivent les formats de fonte numériques les plus importants et leur possibilités d'utilisation; - expliquent les bases de la composition typographique; - évaluent les caractères sous l'angle qualitatif à l'aide de la terminologie spécialisée et les attribuent à un système de classification (p.ex. ZHDK). Ils utilisent la typographie/l'écriture comme un outil de conception. (C5)	
	c3.4 Comprendre les notions de Corporate Identity, Corporate Design et de la	

	communication marketing Les Interactive media designer CFC expliquent les termes de Corporate Identity et Corporate Design et leur signification pour une entreprise ou une organisation. Ils expliquent les notions de base, le but et les instruments de la communication marketing. Ils intègrent le Corporate Design dans leurs projets. (C2)	
c3.5 Spécifier et élaborer le design Les Interactive media designer CFC précisent le design en fonction du concept[1]. Ils prennent en compte: - la Corporate Identity / Corporate Design; - l'usability en termes de user Interface et user Experience; - les exigences des systèmes de communication numérique respectifs[2] ; - les aspects et normes éthiques, sociales, culturelles, écologiques et juridiques. Les Interactive media designer CFC élaborent le design au moyen de techniques manuelles et numériques, avec le matériel et les logiciels appropriés selon le concept pour des moyens de communication numériques interactifs. (C5)	**c3.5 Spécifier et élaborer le design** Les Interactive media designer CFC spécifient le design au moyen de techniques manuelles et numériques, avec le matériel et les logiciels appropriés selon le concept pour des moyens de communication numériques interactifs[3]. Ils tiennent compte des exigences des systèmes de communication numériques en question et des principes de usability dans la compréhension d'user interface et user expérience. Ils prennent par ailleurs en compte et intègrent les aspects et normes éthiques, sociaux, culturels, écologiques et légaux. (C5)	**c3.5 Spécifier et élaborer le design** Les Interactive media designer CFC spécifient le design au moyen de techniques manuelles et numériques, avec le matériel et les logiciels appropriés selon le concept pour des moyens de communication numériques interactifs[4]. Ils tiennent compte des exigences des systèmes de communication numériques en question et des principes de usability dans la compréhension d'user interface et user expérience. Ils prennent par ailleurs en compte et intègrent les aspects et normes éthiques, sociaux, culturels, écologiques et légaux. (C5)

[1] Qui peuvent être (liste non-exhaustive, mais illustrative): sites internet, webdocs, corporate vidéos, génériques, habillages d'écran de télévision, écrans interactifs/bornes, livres électroniques, e-magazines, apps, jeux, pos / poi, trailers, newsletters, réseaux sociaux ainsi que des médias numériques pas encore existants actuellement mais pouvant revêtir une certaine importance à l'avenir.

[2] Tablettes électroniques, téléphones mobiles, pc, tv, bornes électroniques, écrans, autres médias numériques du futur

[3] Qui peuvent être (liste non-exhaustive, mais illustrative): sites internet, webdocs, corporate vidéos, génériques, habillages d'écran de télévision, écrans interactifs/bornes, livres électroniques, e-magazines, apps, jeux, pos / poi, trailers, newsletters, réseaux sociaux ainsi que des moyens de communication pas encore existants actuellement mais pouvant revêtir une certaine importance à l'avenir

Compétence opérationnelle c4 : présenter les contenus pour des moyens de communication numériques interactifs et mettre en œuvre les feedbacks

Les Interactive media designer CFC élaborent une présentation correspondant au mandat et au destinataire sous la forme appropriée. Ils présentent leurs concepts de manière convaincante et les motivent. La présentation se déroule dans leur langue nationale et en anglais. Ils vérifient les feedbacks reçus et les prennent en compte si nécessaire.

Objectifs évaluateurs entreprise	Objectifs évaluateurs école professionnelle	Objectifs évaluateurs cours interentreprises
c4.1 Etablir une présentation Les Interactive media designer CFC déterminent une forme de présentation appropriée pour le contenu et le design en fonction du mandat et du client. Ils créent une présentation dans leur langue nationale ou en anglais. (C5)	**c4.1 Etablir une présentation** Les Interactive media designer CFC déterminent une forme de présentation appropriée pour le contenu et le design, et créent une présentation dans leur langue nationale ou en anglais. (C5)	
c4.2 Faire la présentation Les Interactive media designer CFC présentent le contenu et le design de manière convaincante et les motivent. Ils démontrent les innovations spécifiques au client et la plus-value pour ce dernier. Suite à des questions, suggestions ou éventuelles objections du client, ils réagissent dans la perspective du client et argumentent de manière pertinente dans leur langue nationale et en anglais. Ils vérifient les feedbacks qu'ils reçoivent et les prennent en compte si nécessaire. (C5)	**c4.2 Faire la présentation** Les Interactive media designer CFC présentent le contenu et le design de manière convaincante et les motivent dans leur langue nationale et en anglais. Ils montrent les innovations. (C3)	

Domaine de compétences opérationnelles d: développement des moyens de communication numériques interactifs

Les Interactive media designer CFC développent des fonctions et des interactions pour des moyens de communication numériques interactifs. Ils spécifient les fonctions et interactions techniques et les produisent. Ils testent et publient les moyens de communication et les évaluent. Ils réalisent ensuite le projet.

Compétence opérationnelle d1: élaborer ou spécifier les fonctions et les interactions pour la mise en œuvre technique des moyens de communication numériques interactifs

Les Interactive media designer CFC définissent et spécifient les fonctions et les interactions en fonction des exigences des moyens de communication numériques interactifs. Ce faisant, ils sont guidés par les possibilités techniques, le budget donné et les besoins des utilisateurs.

Objectifs évaluateurs entreprise	Objectifs évaluateurs école professionnelle	Objectifs évaluateurs cours interentreprises

d1.1 Spécifier ou établir les fonctions techniques et les interactions Les Interactive media designer CFC spécifient les fonctions techniques et les interfaces. Ce faisant, ils prennent en compte - le concept; - l'usability en termes de user interface et user experience; - les exigences des systèmes de communication numérique en question; - les aspects et normes éthiques, sociaux, culturels, écologiques et juridiques. Ils créent les fonctions et les interactions en utilisant des techniques numériques et des matériels et logiciels appropriés pour le numérique interactif. (C5)	**d1.1 Spécifier et établir les fonctions techniques et les interactions** Les Interactive media designer CFC nomment les exigences techniques des moyens de communication et des systèmes de communication. Ils établissent une spécification pour la production des moyens de communication. Lors de ces travaux ils tiennent compte des principes d'usability dans la compréhension d'user interface et user experience. Ils prennent en compte et intègrent les aspects et normes éthiques, sociaux, culturels, écologiques et légaux. (C5)	**d1.1 Spécifier et établir les fonctions techniques et interactions** Les Interactive media designer CFC spécifient les fonctions techniques et les interfaces. Ce faisant, ils prennent en compte - le concept; - l'usability en termes d'user interface et user experience; - les exigences des systèmes de communication numérique en question ; - les aspects et normes éthiques, sociaux, culturels, écologiques et juridiques. Ils créent les fonctions et les interactions en utilisant des techniques numériques et des matériels et logiciels appropriés pour le numérique interactif. (C5)
d1.2 Intégrer les nouvelles technologies Les Interactive media designer CFC se familiarisent avec les technologies actuelles et futures (Machine Learning, Artificial Intelligence, Virtual Reality) pour les médias de communication numériques interactifs et les intègrent dans la planification, la conception et le design des médias de communication numériques interactifs. Pour ce faire, ils tiennent compte des circonstances et des normes éthiques, sociales, culturelles, écologiques et juridiques. (C5)	**d1.2 Se familiariser avec les nouvelles technologies** Les Interactive media designer CFC interactifs se familiarisent avec les technologies actuelles et futures (Machine Learning, Artificial Intelligence, Virtual Reality) pour les médias de communication numériques interactifs et les intègrent dans la planification, la conception et le design des médias de communication numériques interactifs. Pour ce faire, ils tiennent compte des circonstances et des normes éthiques, sociales, culturelles, écologiques et juridiques. (C5)	

Compétence opérationnelle d2 : tester et publier les moyens de communication numériques interactifs et évaluer leur introduction Les Interactive media designer CFC testent et publient des moyens de communication numériques interactifs sur des systèmes de communication numériques et en documentent les résultats. Après leur introduction, ils évaluent l'utilisation des contenus et des moyens de communication créés et publiés dans les outils d'analyse et tirent des conclusions pour leur optimisation à partir des résultats.		
Objectifs évaluateurs entreprise	**Objectifs évaluateurs école professionnelle**	**Objectifs évaluateurs cours interentreprises**
d2.1 Tester des moyens de communication numériques interactifs	**d2.1 Tester des moyens de communication numériques interactifs**	**d2.1 Tester des moyens de communication numériques interactifs**

Les Interactive media designer CFC testent les moyens de communication numériques interactifs sur des systèmes de communication numériques (media support). Ils documentent les feedbacks et procèdent le cas échéant à des corrections ou améliorations, ou les font exécuter. (C5)	Les Interactive media designer CFC testent les moyens de communication numériques interactifs sur des systèmes de communication numériques (media support). (C4)	Les Interactive media designer CFC testent les moyens de communication numériques interactifs sur des systèmes de communication numériques (media support). (C4)
d2.2 Publier des moyens de communication numériques interactifs Les Interactive media designer CFC publient les moyens de communication numériques interactifs sur des systèmes de communication numériques (media support). (C3)	**d2.2 Publier des moyens de communication numériques interactifs** Les Interactive media designer CFC publient les moyens de communication numériques interactifs sur des systèmes de communication numériques (media support). (C3)	**d2.2 Publier des moyens de communication numériques interactifs** Les Interactive media designer CFC publient les moyens de communication numériques interactifs sur des systèmes de communication numériques (media support). (C3)
d2.3 Évaluer l'introduction des moyens de communication numériques interactifs Les Interactive media designer CFC évaluent les moyens de communication numériques interactifs. Ils utilisent des outils d'analyse pour évaluer l'utilisation des contenus et des moyens de communication créés et publiés. Ils tirent des conclusions de ces résultats pour leur optimisation. (C5)	**d2.3 Évaluer l'introduction des moyens de communication numériques interactifs** Les Interactive media designer CFC évaluent les moyens de communication numériques interactifs. Ils peuvent évaluer l'utilisation des contenus et des outils de communication créés et publiés dans les outils d'analyse et tirer des conclusions pour leur optimisation à partir des résultats. (C5)	

Compétence opérationnelle d3 : clore des projets pour des moyens de communication numérique interactif et évaluer les étapes du processus Les Interactive media designer CFC mènent un débriefing avec le mandant et en interne, et clôturent le projet du point de vue administratif. Ils documentent de manière claire et compréhensible leur processus d'apprentissage dans leur dossier de formation, en tenant compte des objectifs et des résultats.		
Objectifs évaluateurs entreprise	**Objectifs évaluateurs école professionnelle**	**Objectifs évaluateurs cours interentreprises**
d3.1 Faire le débriefing avec le mandant Les Interactive media designer CFC font un débriefing avec le mandant. Ils s'entretiennent: - des résultats/de l'atteinte des objectifs; - de la satisfaction du client;		

- du processus de travail; - de la collaboration avec des partenaires internes et externes; - des points à améliorer; - des conclusions pour de futurs projets. (C3)		
d3.2 Clore les projets sur le plan administratif Les Interactive media designer CFC clôturent les projets et documentent les points suivants selon les directives de l'entreprise: - clore la documentation du projet; - archiver les données; - évaluer les rapports finaux (temps, matériel, prestations de tiers) (C3)		**d3.2 Clore les projets sur le plan administratif** Les Interactive media designer CFC clôturent les projets et documentent les points suivants selon les directives de l'entreprise: - clore la documentation du projet; - archiver les données; - évaluer les rapports finaux (temps, matériel, prestations de tiers) (C3)
d3.3 Etablir la documentation d'apprentissage Les Interactive media designer CFC gèrent consciencieusement la documentation d'apprentissage selon les instructions. Ils s'en entretiennent régulièrement avec leur supérieur. (C3)	**d3.3 Expliquer le dossier de formation** Les Interactive media designer CFC expliquent la structure de même que le sens et l'utilité du dossier de formation. (C2)	

Élaboration

Le plan de formation a été élaboré par les organisations du monde du travail signataires. Il se réfère à l'ordonnance du SEFRI du [date d'édiction de l'Orfo] sur la formation professionnelle initiale d'Interactive media designer avec certificat fédéral de capacité (CFC).

Le plan de formation se base sur les dispositions transitoires de l'ordonnance sur la formation.

Viscom

Thomas Gsponner
Directeur

Beat Kneubühler
Vice-directeur
Chef du domaine de la formation professionnelle

Syndicom, syndicat des médias et de la communication

Stephanie Vonarburg
Vice-présidente

Michael Moser
Secrétaire général du secteur médias

Syna, le syndicat

Mathias Regotz
Vice-président

Migmar Dhakyel
Secrétaire générale

Après examen du plan de formation, le SEFRI donne son accord.

Berne, le [date/cachet]

Secrétariat d'État à la formation,
à la recherche et à l'innovation

Rémy Hübschi
Vice-directeur, Chef de la division Formation professionnelle et continue

Annexe 1:
Liste des instruments servant à garantir et à mettre en œuvre la formation professionnelle initiale et à en promouvoir la qualité

Documents	Source
Ordonnance du SEFRI sur la formation professionnelle initiale d'Interactive media designer CFC	*Version électronique* Secrétariat d'Etat à la formation, à la recherche et à l'innovation (www.bvz.admin.ch > Professions A-Z) *Version papier* Office fédéral des constructions et de la logistique (www.bundespublikationen.admin.ch/fr.html)
Plan de formation relatif à l'ordonnance du SEFRI sur la formation professionnelle initiale d'Interactive media designer CFC	viscom
Dispositions d'exécution relatives à la procédure de qualification avec examen final (y compris une grille d'évaluation et éventuellement le dossier des prestations des cours interentreprises et/ou le dossier des prestations à la formation à la pratique professionnelle)	viscom
Dossier de formation	viscom
Rapport de formation	Modèle SDBB | CSFO www.oda.berufsbildung.ch www.csfo.ch
Programme de formation pour les entreprises formatrices	viscom
Equipement/gamme de produits minimum dans l'entreprise formatrice	viscom
Programme de formation pour les cours interentreprises	viscom
Plan d'étude pour les écoles professionnelles avec description des modules	viscom
Définition des professions apparentées	viscom

Glossaire

(*voir *Lexique de la formation professionnelle, 4e édition 2013 revue et complétée, édité par le CSFO, Berne,* www.lex.formation-prof.ch)

Cadre européen des certifications (CEC)

Le cadre européen des certifications pour l'éducation et la formation tout au long de la vie (CEC) vise à permettre la comparabilité des compétences et qualifications professionnelles entre les pays européens. Afin de relier les qualifications nationales au CEC et donc de pouvoir les comparer aux qualifications d'autres pays européens, plusieurs Etats membres élaborent des cadres nationaux des certifications (CNC).

Cadre national des certifications (CNC formation professionnelle)

Le cadre des certifications a pour but d'accroître la transparence et la comparabilité, au niveau tant national qu'international, des diplômes de la formation professionnelle et de faciliter ainsi la mobilité sur le marché du travail. Le cadre des certifications comporte huit niveaux, distinguant chacun les trois catégories d'exigences «savoirs», «aptitudes» et «compétences». Un supplément descriptif standardisé du certificat est établi pour chaque diplôme de la formation professionnelle initiale.

Commission suisse pour le développement professionnel et la qualité (CSDPQ)

Chaque ordonnance sur la formation professionnelle initiale définit, à la section 10, la Commission suisse pour le développement professionnel et la qualité (commission) de la profession concernée ou du champ professionnel correspondant.
La commission est à la fois un organe stratégique regroupant les partenaires de la formation professionnelle en question et doté d'une mission de surveillance, et un instrument d'avenir au service de la qualité selon l'art. 8 LFPr[5].

Compétence opérationnelle

Les compétences opérationnelles permettent de gérer efficacement les situations professionnelles. Concrètement, un professionnel confirmé est capable de mettre en pratique de manière autonome un ensemble de connaissances, d'aptitudes et de comportements en fonction de chaque situation. Les personnes qui suivent une formation acquièrent peu à peu les compétences professionnelles, méthodologiques, sociales et personnelles correspondant aux différentes compétences opérationnelles.

Cours interentreprises (CI)*

Les cours interentreprises visent à transmettre et à faire acquérir un savoir-faire de base. Ils complètent la formation en entreprise et la formation scolaire.

Domaine de compétences opérationnelles

Les actions professionnelles, c'est-à-dire les activités qui demandent des compétences similaires ou qui s'inscrivent dans un processus de travail comparable, sont regroupées en domaines de compétences opérationnelles.

Domaines de qualification*

Trois domaines de qualification figurent en règle générale dans l'ordonnance sur la formation. Ce sont respectivement le travail pratique, les connaissances professionnelles et la culture générale.

- **Domaine de qualification «travail pratique»**: Le travail pratique peut revêtir deux formes: celle d'un travail pratique individuel (TPI) ou celle d'un travail pratique prescrit (TPP).
- **Domaine de qualification «connaissances professionnelles»:** L'examen portant sur les connaissances professionnelles représente le volet scolaire et théorique de l'examen final. La personne en formation subit un examen écrit ou des examens écrit et oral. Dans des cas dûment motivés, la culture générale peut être enseignée et évaluée en même temps que les connaissances professionnelles.
- **Domaine de qualification «culture générale**»: Ce domaine de qualification est régi par l'ordonnance du SEFRI du 27 avril 2006 concernant les conditions minimales relatives à la culture générale dans la formation professionnelle initiale.[6] Si la culture générale est dispensée de manière intégrée, l'évaluation se fait en même temps que le domaine de qualification «connaissances professionnelles».

[5] **RS 412.10**
[6] **RS 412.101.241**

Dossier de formation*

Le dossier de formation est un instrument servant à promouvoir la qualité de la formation à la pratique professionnelle. La personne en formation y consigne tous les travaux importants accomplis en lien avec les compétences opérationnelles qu'elle doit acquérir. En consultant le dossier de formation, le/la formateur/trice mesure l'évolution de la formation et l'engagement personnel dont fait preuve la personne en formation.

Enseignement des connaissances professionnelles

Les personnes en formation acquièrent les qualifications professionnelles en suivant l'enseignement dispensé par l'école professionnelle. Les objectifs et les exigences sont définis dans le plan de formation. Les notes semestrielles de l'enseignement des connaissances professionnelles sont prises en compte dans la note globale de la procédure de qualification à titre de note d'expérience.

Entreprise formatrice*

La formation à la pratique professionnelle est dispensée dans des entreprises tant du secteur privé que du secteur public. A cet effet, les entreprises doivent être au bénéfice d'une autorisation de former délivrée par l'autorité cantonale compétente.

Lieux de formation*

La force de la formation professionnelle réside dans sa relation étroite avec le monde du travail. Celle-ci se reflète dans la collaboration entre les trois lieux de formation qui dispensent ensemble la formation initiale: l'entreprise formatrice, l'école professionnelle et les cours interentreprises.

Objectifs et exigences de la formation professionnelle initiale

Les objectifs et les exigences de la formation professionnelle initiale figurent dans l'orfo et dans le plan de formation. Dans le plan de formation, ils sont définis sous la forme de domaines de compétences opérationnelles, de compétences opérationnelles et d'objectifs évaluateurs pour les trois lieux de formation (entreprise formatrice, école professionnelle et cours interentreprises).

Objectifs évaluateurs

Les objectifs évaluateurs concrétisent les compétences opérationnelles et intègrent l'évolution des besoins de l'économie et de la société. Ils sont reliés entre eux de manière cohérence dans le cadre de la coopération entre les lieux de formation. Dans la plupart des cas, les objectifs rattachés à l'entreprise formatrice, à l'école professionnelle et aux cours interentreprises sont différents. Mais la formulation peut aussi être la même (p. ex. pour la sécurité au travail, la protection de la santé ou les activités artisanales).

Ordonnance du SEFRI sur la formation professionnelle initiale (ordonnance sur la formation; orfo)

Une orfo réglemente notamment, pour une profession donnée, l'objet et la durée de la formation professionnelle initiale, les objectifs et les exigences de la formation à la pratique professionnelle et de la formation scolaire, l'étendue des contenus de la formation, les parts assumées par les lieux de formation, les procédures de qualification, les certificats délivrés et les titres décernés. En règle générale, l'Ortra dépose une demande auprès du SEFRI en vue de l'édiction d'une orfo, qu'elle élabore en collaboration avec la Confédération et les cantons. La date d'entrée en vigueur d'une orfo est définie par les partenaires de la formation professionnelle. Le SEFRI est l'instance chargée de l'édiction.

Organisation du monde du travail (Ortra)*

Dénomination collective, l'expression «organisations du monde du travail» désigne à la fois les partenaires sociaux, les associations professionnelles ainsi que d'autres organisations compétentes et prestataires de la formation professionnelle. L'Ortra responsable d'une profession définit les contenus du plan de formation, organise la formation professionnelle initiale et constitue l'organe responsable des cours interentreprises.

Partenariat sur la formation professionnelle*

La formation professionnelle est la tâche commune de la Confédération, des cantons et des organisations du monde du travail. Ces trois partenaires associent leurs efforts pour assurer une formation professionnelle de qualité et suffisamment de places d'apprentissage.

Personne en formation*
Est considérée/considéré comme personne en formation celle ou celui qui a achevé la scolarité obligatoire et a conclu un contrat d'apprentissage régi par une ordonnance sur la formation.

Plan de formation

Le plan de formation accompagne l'ordonnance sur la formation. Il contient les bases de la pédagogie professionnelle, le profil de qualification, les compétences opérationnelles regroupées en domaines de compétences opérationnelles et les objectifs évaluateurs par lieu de formation. Le contenu du plan de formation est du ressort de l'Ortra nationale. Le plan de formation est élaboré et signé par l'Ortra/les Ortra.

Procédure de qualification*

L'expression «procédure de qualification» est utilisée pour désigner toutes les procédures permettant de constater si une personne dispose des compétences opérationnelles définies dans l'orfo correspondante.

Profil de qualification

Le profil de qualification décrit les compétences opérationnelles que toute personne doit posséder à l'issue de sa formation. Il est établi à partir du profil d'activités et sert de base à l'élaboration du plan de formation.

Rapport de formation*

Les compétences et l'expérience acquises dans l'entreprise donnent périodiquement lieu à un contrôle dont les résultats sont consignés dans le rapport de formation. Le contrôle revêt la forme d'un entretien structuré entre la formatrice/le formateur et la personne en formation.

Responsables de la formation professionnelle*

Le cercle des responsables de la formation professionnelle comprend tous les spécialistes qui dispensent une partie de la formation initiale aux apprenti-e-s, qu'il s'agisse de la formation à la pratique professionnelle ou de la formation scolaire: formateurs actifs/formatrices actives dans les entreprises formatrices, formateurs/trices pour les cours interentreprises, enseignant-e-s de la formation initiale scolaire, expert-e-s aux examens.

Secrétariat d'Etat à la formation, à la recherche et à l'innovation (SEFRI)

En collaboration avec les partenaires de la formation professionnelle que sont les cantons et les organisations du monde du travail, le SEFRI assure la qualité et le développement continu de l'ensemble du système. Il veille à la comparabilité et à la transparence des offres dans toute la Suisse.

Travail pratique individuel (TPI)

Le TPI est l'une des deux formes que peut revêtir l'examen des compétences dans le domaine de qualification «travail pratique». L'examen a lieu dans l'entreprise formatrice dans le cadre d'un mandat à réaliser pour l'entreprise. Il est régi par les «Dispositions d'exécution relatives à la procédure de qualification avec examen final» de la profession correspondante.

Travail pratique prescrit (TPP)*

Dans certaines professions, le travail pratique ne revêt pas la forme d'un travail individuel mais celle d'un travail prescrit. Deux experts en suivent l'exécution pendant toute la durée de l'examen. Tous les candidats accomplissent le même travail conformément aux dispositions figurant dans l'orfo (points d'appréciation et durée de l'épreuve).