

année	contrôle	compétences (source : France compétences – RNCP36943)	UE		
1	continu	BLOC 2	<b>Exploiter des données à des fins d'analyse</b>	1 - 5	
			Identifier et sélectionner avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet		
			Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation		
	continu	BLOC 3	<b>S'exprimer et communiquer à l'oral, à l'écrit, et dans au moins une langue étrangère</b>	2 - 6	
			Se servir aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française		
	continu	BLOC 8	<b>Coopérer et travailler en équipe</b>	3 - 4 - 7 - 8	
			Entretenir des liens et dialoguer au sein des équipes, avec les partenaires du projet et les experts associés.		
			Partager ses connaissances au sein d'une équipe et d'un réseau d'acteurs professionnels pluridisciplinaires.		
	2	continu	BLOC 1	<b>Utiliser les outils numériques de référence</b>	10 - 14
Utiliser les outils numériques de référence et les règles de sécurité informatique pour acquérir, traiter, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en externe.					
continu		BLOC 7	<b>Employer différentes techniques d'information et de communication en design et métiers d'art</b>	9 - 13	
			Développer ses propres ressources, méthodes et outils de médiation et de communication.		
continu		BLOC 5	<b>Agir en tant que professionnel dans le domaine du graphisme</b>	11 - 12 - 15 - 16	
			Veiller à l'adéquation des connaissances et compétences aux évolutions et besoin du métier.		
			Situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives.		
			Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale.		
			Prendre en compte la problématique du handicap et de l'accessibilité dans chacune de ses actions professionnelles		
3		ponctuel mémoire	BLOC 4	<b>Se positionner vis-à-vis du champ professionnel de conception graphique</b>	19
				Désigner les ressources, mettre en œuvre les outils et les méthodes de recherche propres au champ professionnel abordé	
				Expérimenter des outils de création et de recherche plastique et conceptuelle permettant de structurer les étapes d'un projet et leurs interactions	
	Caractériser et valoriser son identité, ses compétences et son projet professionnel				
	continu	BLOC 6	<b>Exercer des activités de veille professionnelle en design et métiers d'art</b>	20 - 24	
			Identifier les enjeux du domaine et des métiers au regard de l'actualité et des perspectives d'évolution, dans une démarche prospective.		
	continu	BLOC 9	<b>Élaborer une stratégie personnelle relative aux métiers du graphisme</b>	17 - 21	
			S'informer des pratiques d'atelier et des productions émergentes associant ou non le numérique et la CFAO.		
			Entretenir des liens et dialoguer au sein des équipes, avec les partenaires du projet et les experts associés		
	continu	BLOC 10	<b>Développer et mettre en œuvre des outils de création et de recherche relevant du graphisme</b>	18 - 22	
Formaliser et rendre visible ses expériences pour valoriser son identité personnelle :					
• dans la conception et le pilotage de projets de design graphique					
• dans la gestion de projet et la réalisation d'un produit de design graphique					
S'auto évaluer et se remettre en question pour apprendre :					
• maîtrise des outils, protocoles et techniques du design graphique et de la communication.					
• développement d'une culture professionnelle du graphisme et de la communication (photographique, littéraire, typographique, artistique et des arts visuels ...)					
Définir une approche collaborative avec l'ensemble des acteurs concernés : client, prescripteur, auteur, technicien, imprimeur, sous-traitants, directeurs techniques, directeurs marketing, diffuseurs et selon l'ampleur du projet sociologue, sémiologue, philosophe...					
Proposer des orientations créatives et prospectives relevant du domaine de design graphique.					
Expérimenter les différents champs d'hypothèses en prenant en compte l'aspect formel (plastique, sensoriel, graphique ou volumique, technologique), l'aspect structurel (incitations langagières, dialectique texte/image, compositions graphiques et règles typographiques...), la rhétorique et la sémiologie de l'image.					
Au regard de la demande initiale cahier des charges, commande, vérifier la faisabilité technique, économique et juridique de production et d'édition du projet de design graphique.					
Veiller au respect des échéances et au contrôle technique et artistique selon les règles du métier.					
Rechercher des visuels, images, messages, stratégies de communication ; argumenter ses choix de création au travers de supports et de média adaptés 2D et/ou 3D et/ou supports vidéos et/ou interactifs					
Mettre en œuvre les matériaux, les techniques et les technologies innovantes ou traditionnelles dans le cadre de la conception et de la réalisation de tout ou partie d'un projet de design graphique que ce soit dans le design de message, design d'identité ou design d'édition (scénario, story-board, messages, identité visuelle, typographie, logotype, mises en page, affiches, flyers, habillages, chartes graphiques, packaging, graphisme d'information, design d'interfaces, design de services, signalétique, design éditorial, dossier de presse...)					
ponctuel projet	BLOC 11	<b>Concevoir, conduire et superviser une production relevant du graphisme</b>	23		
		Saisir les éléments caractéristiques d'un projet de produits de design graphique au travers de dessins, maquettes et d'échantillons en prenant en compte les étapes de réalisation et fabrication.			
		Prototyper ou réaliser tout ou partie du projet en incluant les outils numériques CAO, DAO, PAO;			
		Établir des principes d'évolution du projet de design graphique selon des critères explicites.			
		Faire la démonstration que le projet de design graphique est bien en adéquation avec la demande initiale et son économie générale.			
		Planifier et gérer les différentes étapes d'un projet jusqu'à son rendu et sa validation en prenant en compte l'environnement de réalisation, de production et de diffusion et les pratiques de développement durable.			
		Favoriser le dialogue au sein des équipes et avec les partenaires du projet et les experts associés client, prescripteur, auteur, technicien, imprimeur, sous-traitants, directeurs techniques, directeurs marketing, diffuseurs, prestataires, et selon la dimension du projet, sociologue, sémiologue, philosophes...			