Plan de formation

relatif à l'ordonnance du SEFRI du 10 juillet 2023 sur la formation professionnelle initiale d'

designer en médias interactifs
avec certificat fédéral de capacité (CFC)

du 10 juillet 2023

N° de la profession 47118

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

Élaboration..... 35

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 37

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 d'interac tive 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 entre prises

formatrices, les écoles professionnelles et les cours interentreprises pour la planification et l'or ganisation 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'ordon nance du SEFRI sur la formation professionnelle initiale d'interactive media designer (CFC).

2. Bases de la pédagogie professionnelle

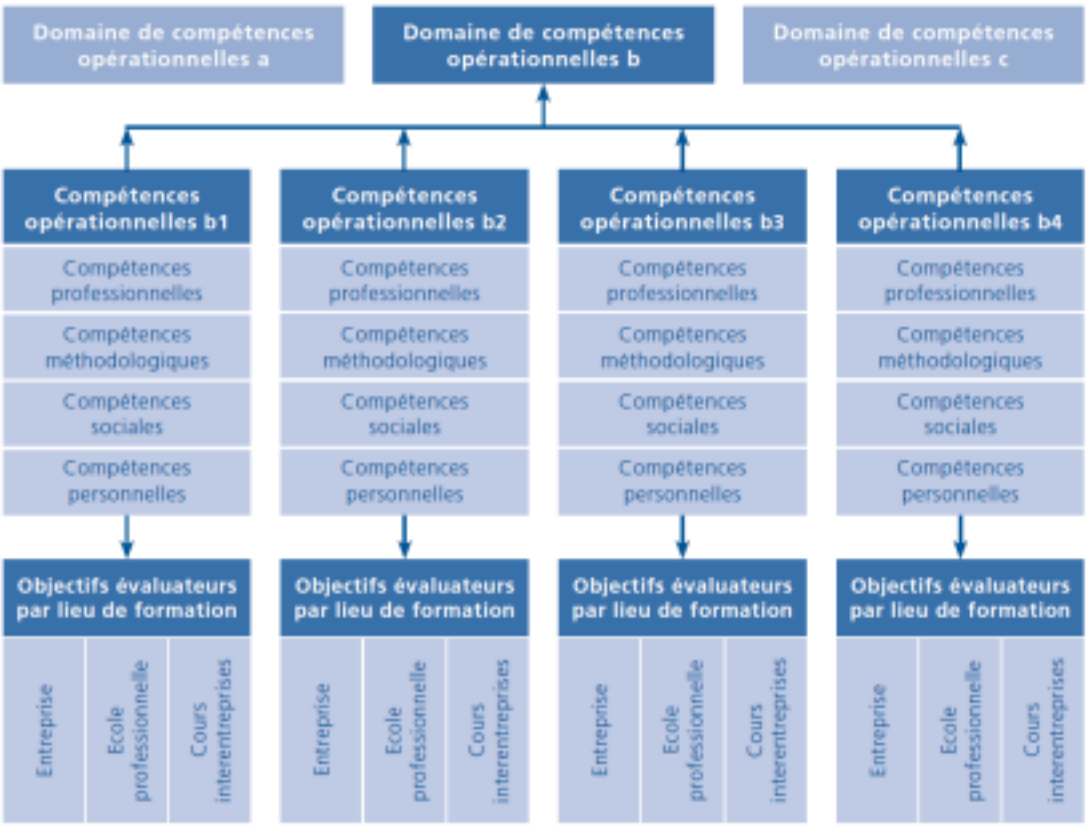
2.1 Introduction à l'orientation vers les compétences opérationnelles

Le présent plan de formation constitue la base en matière de pédagogie professionnelle pour la for mation professionnelle initiale d'interactive media designer (CFC). Le but de la formation profession nelle initiale

est l'acquisition de compétences permettant de gérer des situations professionnelles cou rantes. Pour ce faire, les personnes en formation développent les compétences opérationnelles dé crites 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 pré sentées sous la forme de domaines de compétences opérationnelles, de compétences opération nelles et d'objectifs évaluateurs.

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



La profession d'interactive media designer (CFC) comprend **quatre domaines de compétences opé rationnelles**. 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 opé rationnelles**. Le domaine a « Préparation de projets » regroupe par exemple quatre compétences opérationnelles. Ces dernières correspondent à des situations professionnelles courantes. Elles décri vent le comportement que les personnes en formation doivent adopter lorsqu'elles se trouvent dans ces situations. Chaque compétence opérationnelle recouvre quatre dimensions: les compétences pro fessionnelles, 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**, ga rantissant ainsi la contribution de l'entreprise formatrice, de l'école professionnelle et des cours inte rentreprises 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'en treprise

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 interac tions entre ces quatre dimensions.

Les interactive media designer (CFC) utilisent les termes techniques, les outils de travail et les matériaux de manière appropriée et appli quent les normes (de qualité), les méthodes et les procédures qui con viennent. 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.

Les interactive media designer (CFC) organisent leur travail avec soin et dans le souci de la qualité. Ils tiennent compte des aspects écono miques et écologiques, et appliquent les techniques de travail, de même que les stratégies d'apprentissage, d'information et de commu nication inhérentes à la profession en fonction des objectifs fixés. Ils ont par ailleurs un mode de pensée et d'action systémique. et axé sur les processus.

Les interactive media designer (CFC) abordent leurs relations avec leur supérieur hiérarchique, leurs collègues et les clients de ma nière réfléchie, et ont une attitude constructive face aux défis liés aux contextes de communication et aux situations conflictuelles. Ils travail lent dans ou avec des groupes et appliquent les règles garantissant un travail en équipe fructueux.

Les interactive media designer (CFC) analysent leurs approches et leurs actions de manière responsable. Ils s'adaptent aux change ments, 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:

Ni veau	**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	**Com prendre**	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 struc turelles. Exemple: Les interactive media designer (CFC) [...] identifient et analysent les informations trans mises 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 as semblent 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.

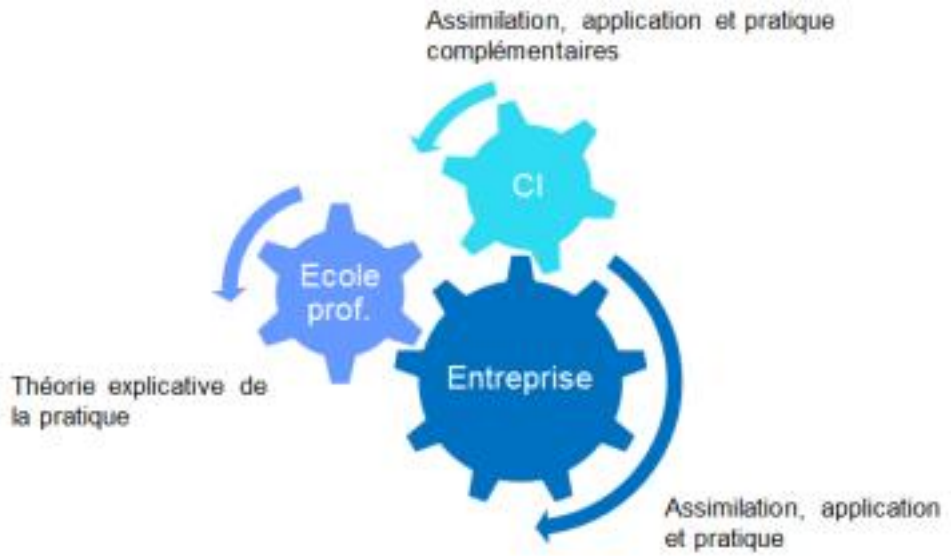
2.4 Collaboration entre les lieux de formation

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 forma tion participe à cette tâche commune en tenant compte de la contribution des autres lieux de forma tion. 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 profes sion 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 ac quérir 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 con formément au niveau requis.

En plus de décrire les compétences opérationnelles, le profil de qualification sert de base pour l'élabo ration 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 conçoi vent et réalisent des moyens de communication numériques interactifs. Ils élaborent et intègrent des contenus comme des images, des textes, des infographies et des réalisations audiovisuelles. Les types de produits réalisés sont variés, il s'agit par exemple de sites web, d'applications, de points de vente interactifs ou de newsletters.

Les interactive media designer CFC travaillent entre autres dans des agences de design, de commu nication, 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 actives dans 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, designer d'information, spécialistes du marketing, du marketing web, d'UX et d'op timisation des moteurs de recherche (SEO));
- production et traitement de l'image (p. ex. photographes, illustrateurs, polygraphes, motion designer;
- 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) et secteur 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 clô ture ou à la publication des moyens de communication numériques interactifs.

Les interactive media designer CFC établissent les besoins du client et analysent le mandat en tenant compte du public cible. Sur la base de l'ébauche de conception, des croquis d'idées et des recherches approfondies, ils 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 numérique interactif 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 se concerter avec lui et effectuer des présentations. Ils coordonnent en outre la col laboration 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 doivent de ce fait disposer de connaissances approfondies en technologies de l'infor mation et de la communication (TIC).

Ils maitrisent les bases de la communication visuelle et font appel à leur créativité et à leurs compé tences 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, in dispensable dans leur profession.

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 tien nent constamment au courant des tendances culturelles et visuelles, anticipent le monde de demain et s'adaptent aux changements du monde professionnel et des médias numériques. Ils intègrent les nou velles tendances et innovations techniques dans la réalisation du design des moyens de communica tion numériques interactifs.

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

Les moyens de communication numériques interactifs ont une importance capitale pour la société. Ils sont utilisés dans une multitude de domaines de la vie courante, tels que la communication mobile, les médias d'information, le commerce en ligne (e-commerce), la publicité, l'éducation, les jeux vidéo, l'in telligence 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 des contenus acces sibles à un large public.

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 sont conscients des enjeux énergétiques liés à la numérisation de la société et comprennent les effets de la numérisation sur la consommation d'énergie et de ressources.

Culture générale

L'enseignement en culture générale transmet des compétences fondamentales permettant aux per sonnes en formation de s'orienter sur les plans personnel et social et de comprendre des défis tant privés que professionnels.

3.2 Vue d'ensemble des compétences opérationnelles

Domaines de compétences opérationnelles			Compétences opérationnelles		
a	**Préparation de projets pour des moyens de communication numé riques interactifs**		**a1 :** saisir le mandat du client et rédiger le cahier des charges	**a2 :** analyser les besoins du client, le public cible et le contexte	**a3 :** élaborer des d'idées et une é conception
b	**Développement de concepts pour des moyens de communication nu mériques interactifs**		**b1** : réaliser des recherches détaillées	**b2** : élaborer des concepts de communication et de design	**b3**: planifier et r tests d'utilisateu
c	**Élaboration du contenu et du de sign de moyens de communication numériques interactifs**		**c1 :** planifier les projets	**c2** : élaborer ou spécifier des con tenus	**c3** : élaborer le c
d	**Réalisation et suivi de projets de moyens de communication numé riques interactifs**		**d1** : élaborer ou spécifier les fonctions et les interactions pour la mise en œuvre technique	**d2** : tester et publier les moyens de communication et évaluer leur introduction	**d3** : clore les pro évaluer les étap 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 compé tences opérationnelles pour les trois lieux de formation. Outre les compétences opérationnelles, la formation professionnelle initiale englobe également l'enseigne ment 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 opéra tionnelles, 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 profes sionnelle initiale et encourager la coopération entre les trois lieux de formation.

Domaine de compétences opérationnelles a: préparation de projets pour des moyens de com munication numériques interactifs

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 interac tive media designer CFC enregistrent les besoins des groupes cibles, font des recherches en matière de conception, de contenu et sur le plan technique, développent des esquisses d'idées et établissent une ébauche de conception. Ils vérifient la faisabilité et examinent la pertinence. Ils la présentent au client de manière convaincante et appropriée.

Compétence opérationnelle a1: saisir le mandat du client et rédiger le cahier des charges

Les interactive media designer CFC mènent l'entretien avec le client de manière ciblée pour com prendre 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 an glais.

Objectifs évaluateurs entreprise	**Objectifs évaluateurs école professionnelle**	**Objectifs évaluateurs cours interentreprises**
	a1.1 Comprendre la communi cation Les interactive media designer CFC expliquent les formes de base et les principes d'une com munication efficace à l'aide d'un modèle de communication cou rant. Ils analysent des situations ty piques de communication et classent de manière motivée des messages selon leur con tenu. (C5)	**a1.1 Comprendre la communi cation** Les interactive media designer CFC utilisent les formes de base et les principes d'une communi cation efficace à l'aide d'un mo dèle de communication courant. (C3)
a1.2 Saisir les besoins du mandant Les interactive media designer CFC saisissent les besoins du mandant et du 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 en tretiens existants; - le média envisagé/désiré; - l'identité, corporate identity, corporate 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 sui vantes de l'entretien avec le client ou de l'entretien de con seil ainsi que les exigences spé cifiques: - saluer et accueillir le man dant de manière profession nelle; - 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 en tretiens existants; - le média envisagé/désiré; - l'identité, corporate identity, corporate 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, so ciales et écologiques du mandant; - les groupes cibles, l'étendue géographique d'action; - les particularités et valeurs culturelles, éthiques, so ciales 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 expliquent au mandant les futures étapes (travaux, calendrier, responsabi lités). Les interactive media de signer mènent ces entretiens dans leur langue nationale ou en anglais. (C5)	q/q/q/c, technique de ques tionnement); - reconnaitre les problèmes, les évaluer et conseiller acti vement le mandant; - 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, so ciales et écologiques du mandant; - les groupes cibles, l'étendue géographique d'action; - les particularités et valeurs culturelles, éthiques, so ciales et écologiques du groupe cible; - la planification du temps; - les coûts / le budget (C3)
a1.3 Noter les résultats et éta blir 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 man dant 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 ca hiers 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 ca hiers 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

Les interactive media designer CFC effectuent des analyses spécifiques du projet afin de 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 développement du 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 né cessaires 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 com prendre les besoins et les objec tifs du mandant et du groupe cible. Ils analysent le contexte du projet et le groupe cible afin d'obtenir des informations perti nentes pour les décisions rela tives 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 ana lyses 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 analy sent le contexte du projet et le groupe cible afin d'obtenir des informations pertinentes pour les décisions relatives au con cept. (C5)
a2.2 Clarifier et évaluer la fai sabilité 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 mes sage; - concordance entre média et groupes cible (entendue géographique d'action); - faisabilité dans les temps envisagés et avec le budget prévu. (C5)		
a2.3 Estimer approximative ment les ressources néces saires pour un concept préli minaire Les interactive media designer CFC établissent une estimation approximative pour une ébauche de conception et la communiquent au mandant. (C3)		

Compétence opérationnelle a3 : élaborer des croquis d'idées et une ébauche de conception

Les interactive media designer CFC recueillent des idées et établissent des croquis d'idées pour des moyens de communication numériques interactifs. Ils se basent sur des recherches de création, de contenu et techniques ainsi que sur leur imagination pour élaborer de premières approches concep tuelles. Ils appliquent diverses méthodes du domaine du User Experience et du User Interface (UX/UI) ainsi que du développement front-end pour créer une ébauche de conception à l'aide de moyens ana logiques 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 re cherches visuelles, 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 ap propriées pour visualiser leurs idées. (C5)	**a3.2 Visualiser les idées** Les interactive media designer CFC utilisent des techniques ap propriées pour visualiser leurs idées sous la forme qui convient (esquisses, images statiques et animées, texte, organigramme, etc.). (C5)	**a3.2 Visualiser les idées** Les interactive media designer CFC utilisent des techniques ap propriées pour visualiser leurs idées. (C5)
a3.3 Développer de premières approches conceptuelles Les interactive media designer CFC développent de premières approches conceptuelles. Ils prennent en compte: - la concordance entre entre prise, valeurs, objectifs et message; - la concordance entre le mé dia et les groupes cible (champ d'action géogra phique); - 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 conceptuelles** Les interactive media designer CFC développent de premières approches conceptuelles. Ils prennent en compte: - la concordance entre entre prise, valeurs, objectifs et message; - la concordance entre le mé dia et les groupes cible (champ d'action géogra phique); Ils font un choix et le motivent. (C5)	**a3.3 Développer de premières approches conceptuelles** Les interactive media designer CFC développent de premières approches conceptuelles. Ils prennent en compte: - la concordance entre entre prise, valeurs, objectifs et message; - la concordance entre le mé dia et les groupes cible (champ d'action géogra phique); Ils font un choix et le motivent. (C5)

a3.4 Élaborer une ébauche de conception Les interactive media designer CFC établissent, sur la base des idées et des approches	**a3.4 Élaborer une ébauche de conception** Les interactive media designer CFC établissent, sur la base des idées et des approches	**a3.4 Élaborer 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)	sélectionnées, une ébauche de conception claire et pertinente. (C5)	sélectionnées, une ébauche de conception claire et pertinente. (C5)
	a3.5 Décrire les éléments d'une offre Les interactive media designer CFC citent les principaux fac teurs de coût d'un projet. Ils ci tent les éléments d'une offre (coûts internes et externes) et expliquent les conditions lé gales. (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 sui vantes: - déterminer les tâches - définir les responsabilités - définir la chronologie des étapes de travail - désigner les éléments cri tiques - établir le calendrier du projet (C5)	**a3.6 Décrire les objectifs et les contraintes pour la planifi cation des travaux** Les interactive media designer CFC décrivent les objectifs, la structure et les exigences rela tifs à la planification des travaux. (C2)	**a3.6 Établir la planification des travaux** Les interactive media designer CFC établissent en fonction du projet une planification des tra vaux comprenant les étapes sui vantes: - déterminer les tâches - définir les responsabilités - définir la chronologie des étapes de travail - désigner les éléments cri tiques (C3)

Compétence opérationnelle a4 : présenter des croquis d'idées et une ébauche de conception et valider le mandat avec le client Les interactive media designer CFC préparent une présentation correspondant au mandat et au desti nataire. 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 présenta tion et l'élaborent dans leur langue nationale ou en anglais. (C5)	**a4.1 Etablir la présentation** Les interactive media designer CFC décrivent les formes cou rantes de présentations. Ils expliquent les exigences face aux présentations correspon dant aux destinataires et au mandat. Ils choisissent la forme appropriée et élaborent la pré sentation dans la langue natio nale et en anglais. (C3)	
a4.2 Faire la présentation et documenter les accords	**a4.2 Faire la présentation**	

Les interactive media designer CFC présentent leurs idées et la planification des travaux de fa çon convaincante dans leur langue nationale ou en anglais, et justifient leurs choix. Ils mon trent les avantages spécifiques du projet. Suite à des questions, sugges tions ou éventuelles objections du mandant, ils réagissent et ar gumentent de manière perti nente. Ils documentent les accords, complètent ou modifient le ca hier des charges dans leur langue nationale ou en anglais et procèdent à la confirmation de commande. (C5)	Les interactive media designer CFC présentent leurs idées de manière convaincante et les mo tivent dans leur langue nationale ou en anglais. Ils montrent les avantages spé cifiques au projet. (C3)	

Domaine de compétences opérationnelles b : développement de concepts pour des moyens de communication numériques interactifs

Après l'approbation du concept préliminaire, Les interactive media designer CFC mènent des re cherches détaillées sur le groupe cible, le marché et le contexte, dans leur langue nationale et en an glais. 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

Les interactive media designer CFC connaissent les sources analogiques et numériques appropriées aux recherches détaillées. 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 re cherches axées sur les objectifs et les groupes cibles en utilisant les sources et les méthodes ap propriées. Ils se focalisent sur: - le domaine d'activité, l'offre et les activités du mandant et de la concurrence; - la communication du man dant et de la concurrence; - le public cible (le comporte ment médiatique, la compé tence technique, la distribu tion géographique, les pré férences visuelles, le con texte 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 re cherches axées sur les objectifs et les groupes cibles en utilisant les sources et les méthodes ap propriées. Ils se focalisent sur: - le domaine d'activité, l'offre et les activités du mandant et de la concurrence; - la communication du man dant et de la concurrence; - le public cible (le comporte ment médiatique, la compé tence technique, la distribu tion géographique, les pré férences visuelles, le con texte 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 re cherches axées sur les objectifs et les groupes cibles en utilisant les sources et les méthodes ap propriées. Ils se focalisent sur: - le domaine d'activité, l'offre et les activités du mandant et de la concurrence; - la communication du man dant et de la concurrence; - le public cible (le comporte ment médiatique, la compé tence technique, la distribu tion géographique, les pré férences visuelles, le con texte 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 con tenu et de créativité dans la perspective des objectifs du mandat, et tirent des résultats de leur évaluation les conclu sions pertinentes pour le con cept. (C6)	**b1.2 Évaluer les résultats des recherches** Les interactive media designer CFC évaluent le potentiel des recherches en termes de con tenu et de créativité dans la perspective des objectifs du mandat, et tirent des résultats de leur évaluation les conclu sions pertinentes pour le con cept. (C6)	**b1.2 Évaluer les résultats des recherches** Les interactive media designer CFC évaluent le potentiel des recherches en termes de con tenu et de créativité dans la perspective des objectifs du mandat, et tirent des résultats de leur évaluation les conclu sions pertinentes pour le con cept. (C6)

b1.3 Déterminer les bases de la communication et du con cept de design Les interactive media designer CFC définissent, sur la base des recherches, l'objectif, la struc ture et le contenu du concept de communication et de design. (C5)	**b1.3 Déterminer les bases de la communication et du con cept de design** Les interactive media designer CFC définissent, sur la base des recherches, l'objectif, la struc ture et le contenu du concept de communication et de design. (C5)	

Compétence opérationnelle b2 : élaborer des concepts de communication et de design

Les interactive media designer CFC établissent des idées, des projets, des variantes de mise en page 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 ainsi que des aspects de User Experience et User Interface (UX/UI).

Objectifs évaluateurs entreprise	Objectifs évaluateurs école professionnelle	Objectifs évaluateurs cours interentreprises
	b2.1 Reconnaître les prin cipes de la communication vi suelle 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 - de l'art - du design - des médias Ils tiennent compte de l'évolu tion de l'histoire contemporaine. Ils expliquent les modèles et l'évolution historique de la com munication visuelle aux vues des tâches en matière de créa tion visuelle. Ils décrivent les fonctions et les possibilités d'utilisation des dif férents produits médiatiques. Ils reconnaissent et analysent les informations transmises par les médias en fonction du con tenu, du message, de la diffu sion 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 caractéris tiques 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 psy chologiques 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 desti nataire 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 desti nataire 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 animés. **Contenus statiques** - image - texte (typographie/carac tères) - graphiques 2D/3D - illustration **Contenus animés** - texte animé (typographie /caractères) - animation 2D/3D - illustration animée - audio/vidéo **Exigences posées à ces con tenus** - exigences esthétiques (forme) - exigences techniques (fonc tionnalité) - usability dans la compré hension de User Experience et User Interface (UX/UI) - exigences sous l'angle éthique, social, culturel, écologique et légal (C2)	
	b2.5 Expliquer les fonctions des moyens de communica tion Les interactive media designer CFC expliquent les fonctions	

	des moyens de communication, selon les critères suivants: - canal - distribution - environnement - structure - technologie - hiérarchie - navigation - manipulation - deroulement - constantes et variables - (C2)	

	b2.6 Expliquer les directives et options techniques en lien avec les moyens de commu nication Les interactive media designer CFC connaissent les différences spécifiques aux médias et expli quent les directives et options techniques des éléments sui vants: - présentation - possibilités et restrictions techniques - domaines d'utilisation / diffu sion (C2)	
b2.7 Développer des idées Les interactive media designer CFC développent des idées créatives, fonctionnelles et inno vantes qui répondent aux exi gences du mandat sous l'angle - du style visuel, - du moyen de communica tion numérique interactif choisi, - 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 et du déve loppement front-end (C5)	**b2.7 Développer des idées** Les interactive media designer CFC développent des idées créatives, fonctionnelles et inno vantes qui répondent aux exi gences du mandat sous l'angle - du style visuel, - du moyen de communica tion numérique interactif choisi, - 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 et du déve loppement front-end (C5)	**b2.7 Développer des idées** Les interactive media designer CFC développent des idées créatives, fonctionnelles et inno vantes qui répondent aux exi gences du mandat sous l'angle - du style visuel, - du moyen de communica tion numérique interactif choisi, - 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 et du déve loppement front-end (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	**b2.8 Établir des concepts** Les interactive media designer CFC expliquent les objectifs, contenus, structures et exi gences pour les concepts sui vants:	**b2.8 Établir des concepts** Les interactive media designer CFC expliquent les objectifs, contenus, structures et exi gences pour les concepts sui vants:

visuel, expression visuelle, style visuel) - concept d'utilisation (usabi lity) - concept audio/vidéo, par exemple storyboard, pitch. (C5)	- concept de communication - concept de design (langage visuel, expression visuelle, style visuel) - concept d'utilisation (usabi lity) - concept audio/vidéo, par exemple storyboard, pitch. Ils établissent ces concepts en fonction du projet et prennent en compte: - les exigences pour les con tenus; - la fonctionnalité des moyens de communication; - les directives et possibilités techniques des systèmes de communication et du déve loppement front-end; - lois d'User Experience et de la conception - aspects psychologiques (p. ex. cognition, motivation, gamification, etc.) - les critères écologiques (C5)	- concept de communication - concept de design (langage visuel, expression visuelle, style visuel) - concept d'utilisation (usabi lity) - concept audio/vidéo, par exemple storyboard, pitch. Ils établissent ces concepts en fonction du projet et prennent en compte: - les exigences pour les con tenus; - la fonctionnalité des moyens de communication; - les directives et possibilités techniques des systèmes de communication et du déve loppement front-end; - 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 com munication; - de l'originalité et du carac tère 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 visuelle, les éva luent 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 com munication; - de l'originalité et du carac tère 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 visuelle, les éva luent 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 com munication; - de l'originalité et du carac tère novateur; - de la faisabilité (C5)
b2.10 Élaborer des proposi tions Les interactive media designer CFC visualisent des proposi tions choisies pour le mandant de manière pertinente et con vaincante. Ils choisissent une forme appro priée pour visualiser les idées. (C5)	**b2.10 Élaborer des proposi tions** Les interactive media designer CFC visualisent des proposi tions choisies de manière perti nente et convaincante. Ils choisissent une forme appro priée pour visualiser les idées. (C5)	**b2.10 Élaborer des proposi tions** Les interactive media designer CFC visualisent des proposi tions choisies de manière perti nente et convaincante. Ils choisissent une forme appro priée pour visualiser les idées. (C5)

Compétence opérationnelle b3: planifier et réaliser des tests d'utilisateurs

Les interactive media designer CFC testent leur concept avec des représentants du groupe cible afin d'identifier les erreurs ou les problèmes du concept, la User Experience et User Interface (UX/UI) à un stade précoce. Ils préparent le test utilisateurs (usertest), 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 ma nière compréhensible dans le concept amélioré.

Objectifs évaluateurs entreprise	**Objectifs évaluateurs école professionnelle**	**Objectifs évaluateurs cours interentreprises**
b3.1 Préparer les tests utilisa teurs Les interactive media designer CFC sélectionnent une méthode appropriée pour obtenir les in formations souhaités. Ils prépa rent le test avec les documents nécessaires et organisent le test. (C5)	**b3.1 Préparer les tests utilisa teurs** 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 do cuments nécessaires et organi sent le test. (C5)	**b3.1 Préparer les tests utilisa teurs** 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 do cuments nécessaires et organi sent le test. (C5)
b3.2 Effectuer les tests utilisa teurs Les interactive media designer CFC initient les personnes parti cipant au test à la situation d'es sai sur place ou virtuellement et effectuent le test utilisateurs. Ils documentent le test sous une forme appropriée pour une éva luation ultérieure. (C5)	**b3.2 Effectuer les tests utilisa teurs** Les interactive media designer CFC connaissent les étapes d'un test utilisateur ciblé. Ils ini tient les personnes participant au test à la situation d'essai sur place ou virtuellement et effec tuent le test utilisateurs. Ils do cumentent le test sous une forme appropriée pour une éva luation ultérieure. (C3)	**b3.2 Effectuer les tests utilisa teurs** Les interactive media designer CFC connaissent les étapes d'un test utilisateur ciblé. Ils ini tient les personnes participant au test à la situation d'essai sur place ou virtuellement et effec tuent le test utilisateurs. Ils do cumentent le test sous une forme appropriée pour une éva luation ultérieure. (C3)
b3.3 Évaluer les tests utilisa teurs et optimiser le projet Les interactive media designer CFC évaluent correctement les tests utilisateurs et en tirent les bonnes conclusions pour le pro jet. Sur la base des résultats des tests utilisateurs, ils corri gent ou optimisent le projet de manière appropriée. (C5)	**b3.3 Évaluer les tests utilisa teurs 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 opti misent le projet de manière ap propriée. (C5)	**b3.3 Évaluer les tests utilisa teurs 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 opti misent le projet de manière ap propriée. (C5)

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

Les interactive media designer CFC réalisent une présentation correspondant au mandat et au desti nataire sous la forme appropriée. Ils présentent leurs concepts de communication et de design de ma nière convaincante et ciblée, et les motivent leurs choix. La présentation se déroule dans leur langue nationale et en anglais. Les interactive media designer CFC 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 Réaliser une présenta tion Les interactive media designer CFC déterminent en fonction du mandat et du client une forme appropriée de présentation du concept et réalisent la présenta tion dans leur langue nationale et en anglais. (C5)	**b4.1 Réaliser une présenta tion** Les interactive media designer CFC connaissent différentes formes de présentations. Ils dé terminent une forme appropriée de présentation du concept et la réalisent dans leur langue natio nale et 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 moti vent leurs choix. Ils montrent les innovations spé cifiques au client et la plus-value pour le client. Ils sont à l'écoute des questions, des suggestions ou des éventuelles objections du client et argumentent de ma nière pertinente dans leur langue nationale ou en anglais. Ils documentent les accords, et complètent ou modifient les con cepts 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 moti vent leurs choix dans leur langue nationale et en anglais. Ils démontrent les aspects inno vatifs. (C3)	

Domaine de compétences opérationnelles c : élaboration du contenu et du design de moyens de communication numériques interactifs

Avec l'établissement de design pour des moyens de communication numériques interactifs, les exi gences 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

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 prédéfinie ou la mieux adapté au projet (classique, agile, etc.).

Objectifs évaluateurs entreprise	Objectifs évaluateurs école professionnelle	Objectifs évaluateurs cours interentreprises
c1.1 Réaliser le projet et dé terminer les exigences techni ques Les interactive media designer CFC déterminent la réalisation du projet et des exigences tech niques à l'aide des points sui vants: - désigner les partenaires pour la réalisation et déter miner les responsabilités; - évaluer le temps néces saire, établir le calendrier en tenant compte des interdé pendances; - fixer les délimitations tech niques du projet (C5)	**c1.1 Réaliser le projet et dé terminer les exigences techni ques** Les interactive media designer CFC déterminent la réalisation du projet et des exigences tech niques en tenant compte du ca lendrier. Ils connaissent diffé rentes méthodes de travail ou de projet et appliquent une mé thode 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 sui vants: - travaux internes à l'entre prise - matériaux - infrastructure - travaux de tiers - autres aspects 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 ou vertes dans leur langue natio nale 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 logi ciels 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 spécifica tions de l'entreprise. (C3).	**c1.5 Appliquer des mesures de protection et de sécurité pour le matériel et les logi ciels** 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 me sures d'écologie de bureau Les interactive media designer CFC utilisent les outils de travail de manière économe en énergie et éliminent les déchets de ma nière respectueuse de l'environ nement. (C3)	**c1.6 Décrire des mesures d'écologie de bureau** Les interactive media designer CFC décrivent les mesures pour réduire la consommation d'éner gie des outils de travail et pour éliminer les déchets de manière respectueuse de l'environne ment, et mettent ces mesures en œuvre dans la mesure du possible. (C3)	

Compétence opérationnelle c2 : élaborer ou spécifier des contenus Les interactive media designer CFC spécifient et élaborent le contenu statique et animé des moyens de communication numériques interactifs selon le concept.		
Objectifs évaluateurs entreprise	**Objectifs évaluateurs école professionnelle**	**Objectifs évaluateurs cours interentreprises**

	c2.1 Créer des illustra tions/dessins Les interactive media designer CFC - décrivent et utilisent les techniques (manuelles et numériques), les	

	substances, les domaines d'application de la couleur comme outil visuel; - perçoivent les éléments for mels et de représentation vi suelle ainsi que eur impact (point, ligne, surface et es pace); - identifient les proportions et les utilisent; - expliquent différents types de perspectives (centrale, à deux points de fuite, atmos phérique, aérienne et pers pective de symbolique) ainsi que les bases de la théorie des formes; - appliquent de manière perti nente et appropriée des pro cèdes de représentation spatiale dans leur propres créations; - saisissent les aspects de la composition; - élaborent des illustrations sous leurs différentes formes. Ils utilisent pour ce faire la re présentation graphique adé quate. (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 photogra phies Les interactive media designer CFC - décrivent les températures chromatiques des diffé rentes sources de lumière; - expliquent l'importance es thétique 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 création d'images, de pro fondeur de champ et d'éclai rage; - utilisent de manière auto nome la photographie	**c2.3 Réaliser des photogra phies** Les interactive media designer CFC - déterminent les tempéra tures chromatiques appro priées à l'aide de différentes sources de lumière; - prennent en considération l'importance esthétique et sociale de la photographie; - utilisent des moyens auxi liaires appropriés pour la production d'images; - utilisent les procédés de capture photographique, de création d'images, de pro fondeur de champ et d'éclai rage; - traitent les images avec les logiciels, moyens auxiliaires ou outils appropriés. (C3)

	comme média de représen tation; - traitent les images avec les logiciels, moyens auxiliaires ou outils appropriés. (C5)	

	c2.4 Utiliser la vidéo/l'audio Les interactive media designer CFC - expliquent l'importance es thétique et sociale de la pro duction audiovisuelle; - décrivent les différents genres de production audio visuelle; - élaborent la narration et le scénario pour une produc tion audiovisuelle; - élaborent des instruments tels que le storyboard et le plan de production et les uti lisent dans la préproduction; - enregistrent de manière autonome des séquences vidéo et audio en tenant compte des éléments de création visuelle, de mise en scène et d'éclairage; - traitent des images vidéo et des sources audio avec des logiciels, des moyens auxi liaires ou des outils - appropriés et les utilisent de manière pertinente. (C5)	**c2.4 Utiliser la vidéo/l'audio** Les interactive media designer CFC - tiennent compte des diffé rents genres de la produc tion audiovisuelle dans la réalisation; - élaborent la narration et le scénario pour une produc tion audiovisuelle; - élaborent des instruments tels que le storyboard et le plan de production et les uti lisent dans la préproduction; - enregistrent de manière autonome des séquences vidéo et audio en tenant compte des éléments de création visuelle, de mise en scène et de la technique ci nématographique profes sionnelle 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 ma nière pertinente. (C5)
	c2.5 Comprendre la propriété intellectuelle et les droits d'auteur Les interactive media designer CFC expliquent la notion de pro priété intellectuelle et les princi pales dispositions relatives au droit d'auteur. En utilisant des sources, ils res pectent les dispositions légales et citent correctement les textes. (C3)	**c2.5 Tenir compte de la pro priété intellectuelle et des droits d'auteur** Les interactive media designer CFC tiennent compte de la no tion de propriété intellectuelle et des principales dispositions rela tives au droit d'auteur. En utilisant des sources, ils res pectent 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 nu mériques ainsi que du matériel et des logiciels correspondants, conformément au concept:	**c2.6 Spécifier et produire des contenus** Les interactive media designer CFC spécifient les contenus sui vants et établissent au moyen de techniques manuelles et nu mériques, le hardware et les lo giciels appropriés en fonction du concept :	**c2.6 Spécifier et produire des contenus** Les interactive media designer CFC spécifient les contenus sui vants et établissent au moyen de techniques manuelles et nu mériques, le hardware et les lo giciels appropriés en fonction du concept :

Contenus statiques - image - texte (typographie/carac tères) - images graphiques 2D/3D - illustration **Contenus animés** - image - texte (typographie/carac tères) - graphiques 2D/3D - illustration - audio/vidéo Ce faisant, ils respectent et intè grent les données et les normes éthiques, sociales, culturelles, écologiques et juridiques. (C5)	**Contenus statiques** - image - texte (typographie/carac tères) - images graphiques 2D/3D - illustration **Contenus animés** - image - texte (typographie/carac tères) - graphiques 2D/3D - illustration - audio/vidéo Ce faisant, ils respectent et intè grent les données et les normes éthiques, sociales, culturelles, écologiques et juridiques. (C5)	**Contenus statiques** - image - animation/3D **Contenus animés** - image - animation/3D - vidéo Ce faisant, ils respectent et intè grent 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 uni lingue 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 uni lingue ou bilingue, d'un corpus de référence électronique ou d'un logiciel de correction. (C5)	

Compétence opérationnelle c3: élaborer le design Les interactive media designer CFC élaborent le design pour des moyens de communication numé riques interactifs selon le concept.		
Objectifs évaluateurs entreprise	**Objectifs évaluateurs école professionnelle**	**Objectifs évaluateurs cours interentreprises**
	c3.1 Utiliser les bases de la sémiologie/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'expres sion visuelle. (C6)	

	c3.2 Utiliser la théorie des couleurs Les interactive media designer CFC expliquent les règles de la	

	théorie des couleurs et perçoi vent consciemment la couleur comme outil de création. Ils expliquent des modèles de couleurs ainsi que les lois du mélange des couleurs (addi tif/soustractif) et les contrastes de couleurs. Ils décrivent l'inte raction entre les couleurs et leur tonalité. Ils utilisent la couleur comme outil de création. (C5)	

	c3.3 Utiliser les bases de la ty pographie 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 visuels avec des outils et des logiciels; - vérifient leurs travaux en ce qui concerne la lisibilité, la nature, l'expression et l'ef fet; - hiérarchisent et structurent des textes et les traitent en fonction du destinataire; - décrivent l'histoire de l'écri ture en partant de ses ori gines 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 possibili tés d'utilisation; - expliquent les bases de la création typographique; - évaluent les caractères sous l'angle qualitatif à l'aide de la terminologie spécialisée et les attribuent à un système de classifica tion (p.ex. ZHDK). Ils utilisent la typographie/l'écri ture comme un outil de création visuelle. (C5)	
	c3.4 Comprendre les notions de Corporate Identity, Corpo rate Design et de la communi cation marketing	

	Les interactive media designer CFC expliquent les termes de Corporate Identity et Corporate Design et leur signification pour une entreprise ou une organisa tion. Ils expliquent les notions de base, le but et les instruments de la communication marketing. Ils intègrent le Corporate Design dans leurs projets. (C3)	
c3.5 Spécifier et élaborer le design Les interactive media designer CFC précisent le design en fonction du concept[1]. Ils pren nent en compte: - la Corporate Identity / Cor porate Design; - l'usability en termes de User Experience et User Inter face (UX/UI); - les exigences des systèmes de communication numé rique respectifs[2] ; - les aspects et normes éthiques, sociales, cultu relles, écologiques et juri diques. 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 inte ractifs. (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 inte ractifs[3]. Ils prennent en compte: - la Corporate Identity / Cor porate Design; - l'usability en termes de User Experience et User Inter face (UX/UI); - les exigences des systèmes de communication numé riques en question; - 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 inte ractifs[4]. Ils tiennent compte des exi gences des systèmes de com munication numériques en question et des principes de usability dans la compréhension d'User Experience et user Inter face (UX/UI). 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'écrans 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 impor tance à l'avenir.

[2] Tablettes électroniques, téléphones mobiles, ordinateurs, 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'écrans 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 et le design et mettre en œuvre les avis reçus en retour

Les interactive media designer CFC élaborent une présentation correspondant au mandat et au desti nataire sous la forme appropriée. Ils présentent les contenus et le design des moyens de communica tion numériques interactifs de manière convaincante et motivent leurs choix. La présentation se dé roule dans leur langue nationale ou 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 motivent leurs choix. 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 perspec tive 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 motivent leurs choix dans leur langue nationale et en anglais. Ils démontrent les aspects inno vatifs. (C3)	

Domaine de compétences opérationnelles d: réalisation et suivi de projets de moyens de com munication 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 pro duisent. Ils testent et publient les moyens de communication et les évaluent. Ils clôturent ensuite le projet.

Compétence opérationnelle d1: élaborer ou spécifier les fonctions et les interactions pour la mise en œuvre technique

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, du développement front-end, le budget donné et les besoins des utilisa teurs.

Objectifs évaluateurs entreprise	**Objectifs évaluateurs école professionnelle**	**Objectifs évaluateurs cours interentreprises**
d1.1 Spécifier ou établir les fonctions techniques et les in teractions 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 Experience et User Inter face (UX/UI); - les exigences des systèmes de communication numé rique en question; - les aspects et normes éthiques, sociaux, culturels, écologiques et juridiques. Ils créent les fonctions et les in teractions en utilisant des tech niques numériques et des maté riels et logiciels appropriés pour le numérique interactif. (C5)	**d1.1 Spécifier et établir les fonctions techniques et les in teractions** Les interactive media designer CFC nomment les exigences techniques des moyens de com munication 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 Experience et User Interface (UX/UI). Ils prennent en compte et intè grent les aspects et normes éthiques, sociaux, culturels, écologiques et légaux. (C5)	**d1.1 Spécifier et établir les fonctions techniques et inte ractions** 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 Experience et User Inter face (UX/UI).; - les exigences des systèmes de communication numé rique en question ; - les aspects et normes éthiques, sociaux, culturels, écologiques et juridiques. Ils créent les fonctions et les in teractions en utilisant des tech niques numériques et des maté riels 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 (par exemple : Machine Lear ning, Artificial Intelligence, Vir tual Reality) pour les médias de communication numériques inte ractifs et les intègrent dans la planification, la conception et le design des médias de communi cation numériques interactifs. Pour ce faire, ils tiennent compte des circonstances et	**d1.2 Se familiariser avec les nouvelles technologies** Les interactive media designer CFC interactifs se familiarisent avec les technologies actuelles et futures (par exemple : Ma chine Learning, Artificial Intelli gence, Virtual Reality) pour les médias de communication nu mériques interactifs et les intè grent dans la planification, la conception et le design des mé dias de communication numé riques interactifs. Pour ce faire, ils tiennent compte des	

des normes éthiques, sociales, culturelles, écologiques et juri diques. (C5)	circonstances et des normes éthiques, sociales, culturelles, écologiques et juridiques. (C5)	

Compétence opérationnelle d2 : tester et publier les moyens de communication et évaluer leur introduction

Les interactive media designer CFC testent et publient des moyens de communication numériques in teractifs sur des systèmes de communication numériques et en documentent les résultats. Après leur publication, ils évaluent l'utilisation des contenus et des moyens de communication 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 Les interactive media designer CFC testent les moyens de communication numériques inte ractifs sur des systèmes de communication numériques (media support). Ils documentent les feedbacks et procèdent le cas échéant à des corrections ou améliora tions, ou les font exécuter. (C5)	**d2.1 Tester des moyens de communication numériques interactifs** Les interactive media designer CFC testent les moyens de communication numériques inte ractifs sur des systèmes de communication numériques (media support). (C4)	**d2.1 Tester des moyens de communication numériques interactifs** Les interactive media designer CFC testent les moyens de communication numériques inte ractifs 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 inte ractifs 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 inte ractifs 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 inte ractifs sur des systèmes de communication numériques (media support). (C3)

d2.3 Évaluer l'introduction des moyens de communica tion numériques interactifs Les interactive media designer CFC évaluent les moyens de communication numériques inte ractifs. 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 communica tion numériques interactifs** Les interactive media designer CFC évaluent les moyens de communication numériques inte ractifs. 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 opti misation à partir des résultats. (C5)	

Compétence opérationnelle d3 : clore les projets 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 proces sus 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 Procéder au débriefing avec le mandant Les interactive media designer CFC mènent 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 ex ternes; - des points à améliorer; - des conclusions pour de fu turs projets. (C3)		

d3.2 Clore les projets sur le plan administratif Les interactive media designer CFC clôturent les projets et do cumentent les points suivants selon les directives de l'entre prise: - 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 do cumentent les points suivants selon les directives de l'entre prise: - clore la documentation du projet; - archiver les données; - évaluer les rapports finaux (temps, matériel, prestations de tiers) (C3)
d3.3 Tenir le dossier de for mation Les interactive media designer CFC gèrent consciencieuse ment le dossier de formation se lon les instructions. Ils s'en en tretiennent 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 10 juillet 2023 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

Beat Kneubühler Paul Fischer
Directeur Adjoint directeur
Chef du domaine de la formation professionnelle

Syndicom, syndicat des médias et de la communication

Stephanie Vonarburg Michael Moser
Vice-présidente Secrétaire général du secteur médias

Syna, le syndicat

Johann Tscherrig Migmar Dhakyel
Membre de la direction Secrétaire générale

dpsuissee

Beat Kneubühler Paul Fischer
Directeur Adjoint directeur
Chef du domaine de la formation professionnelle

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

Berne, le 10 juillet 2023

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

Rémy Hübschi
Directeur suppléant
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 ini tiale d'interactive media designer CFC	*Version électronique* Secrétariat d'Etat à la formation, à la recherche et à l'innovation (**Fehler! Linkreferenz ungültig.** > Professions A-Z) *Version papier* Office fédéral des constructions et de la logistique (**Fehler! Linkreferenz ungültig.**)
Plan de formation relatif à l'ordonnance du SEFRI sur la formation professionnelle initiale d'interactive media desi gner CFC	viscom
Dispositions d'exécution relatives à la procédure de qualifi cation avec examen final (y compris une grille d'évaluation et éventuellement le dossier des prestations des cours in terentreprises et/ou le dossier des prestations à la forma tion 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 des cription 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,* **Fehler! Linkrefe renz ungültig.**)

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 per mettre 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 natio nal qu'international, des diplômes de la formation professionnelle et de faciliter ainsi la mobilité sur le mar ché 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. Concrète ment, 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 person nelles 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'ins crivent dans un processus de travail comparable, sont regroupées en domaines de compétences opération nelles.

Domaines de qualification*

Trois domaines de qualification figurent en règle générale dans l'ordonnance sur la formation. Ce sont res pectivement 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 connais sances

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 cul ture générale peut être enseignée et évaluée en même temps que les connaissances profession nelles.

- **Domaine de qualification «culture générale**»: Ce domaine de qualification est régi par l'ordon nance 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

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

professionnelles».

Dossier de formation*

Le dossier de formation est un instrument servant à promouvoir la qualité de la formation à la pratique profes sionnelle. La personne en formation y consigne tous les travaux importants accomplis en lien avec les com pétences opérationnelles qu'elle doit acquérir. En consultant le dossier de formation, le/la formateur/trice me sure 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 glo bale 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 opération nelles, 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 profession nelle 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 profes sionnelle, 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 cons tater 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, forma teurs/trices pour les cours interentreprises, enseignant-e-s de la formation initiale scolaire, expert-e-s aux exa mens.

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 qualifica tion «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).