



## Identification du module

**Numéro de module**      **276**  
**Titre**                      Etablir des médias pour une action de marketing

---

**Compétence**                      Créer avec une équipe différents produits médias pour une action de marketing, conformément aux directives CI/CD. Présenter les produits développés sur une page d'atterrissage.

---

### Objectifs opérationnels

- 1            Elaborer, sur la base de directives précises, un concept pour un projet de marketing.
  - 2            Développer, sur la base de ce concept, un storyboard pour un film et dresser la liste du matériel nécessaire à cet effet.
  - 3            Produire un film sur la base du storyboard.
  - 4            Développer et concevoir un produit d'impression pour le film.
  - 5            Présenter, en respectant les directives correspondantes, le projet global sur une page d'atterrissage.
  - 6            Utiliser des outils de gestion de projets simples afin de surveiller le calendrier et la qualité des projets.
- 

**Domaine de compétence**      Marketing Communication  
**Objet**                              Produits médias conformes aux directives CI/CD (film, produit d'impression)  
**Niveau**                              3  
**Pré-requis**                        101, 272, 269, 289  
**Nombre de leçons**              40  
**Reconnaissance**                Certificat fédéral de capacité

---

**Version du module**              1.00

---

## Connaissances opérationnelles nécessaires

**Numéro de module**      **276**  
**Titre**                      Etablir des médias pour une action de marketing

---

**Compétence**                      Créer avec une équipe différents produits médias pour une action de marketing, conformément aux directives CI/CD. Présenter les produits développés sur une page d'atterrissage.

---

### Connaissances opérationnelles nécessaires

- 1.1 Connaître les notions de marché, de branche, d'acteur du marché et la loi de l'offre et la demande et pouvoir les définir en relation avec le projet.
- 1.2 Connaître les outils nécessaires pour réaliser une analyse du marché, du contexte, de la branche et de la concurrence et pouvoir établir, sur la base des résultats de celle-ci, une analyse SWOT simple pour le projet.
- 1.3 Connaître les quatre orientations stratégiques possibles (stratégie de segmentation, stratégie de positionnement, stratégie de différenciation concurrentielle, stratégie de croissance) et pouvoir les appliquer en fonction des exigences du projet ainsi que décrire le(s) groupe(s) cible(s) et les objectifs de communication.
- 2.1 Connaître différentes techniques de créativité (p. ex. brainstorming, technique de provocation) pour définir le processus de conception durant la phase de préproduction d'un film et pouvoir utiliser les diverses activités (p. ex. exposé) durant la phase de conception.
- 2.2 Connaître les divers rôles, activités et phases de production d'un film, les exigences qu'ils posent à l'équipe de projet ainsi que le matériel nécessaire, et pouvoir établir un plan de production correspondant sur la base de ces éléments.
- 3.1 Connaître différents outils de contrôle de la qualité (p. ex. histogramme, écran de contrôle), paramètres et méthodes et savoir les utiliser pour améliorer la qualité d'une séquence (p. ex. en mode ralenti).
- 3.2 Connaître des systèmes de stockage des données logique pour le projet et savoir importer correctement du matériel de film brut du point de vue technique.
- 3.3 Connaître des méthodes de visionnement efficace du matériel de film brut ainsi que des techniques de montage et savoir les utiliser dans le cadre du projet.
- 3.4 Connaître les systèmes de couleurs, les techniques et les outils pour utiliser correctement les couleurs du point de vue technique.



- 3.5 Connaître différents conteneurs et codecs pour des projets de films et leurs propriétés, et pouvoir publier du matériel de film conformément aux exigences.
- 4.1 Connaître les notions de Corporate Identity et de Corporate Design (identité et design institutionnels) et pouvoir appliquer les éléments de base, les directives conceptuelles et lignes directrices d'un manuel de Corporate Design dans le cadre d'un mandat de conception.
- 4.2 Connaître les différentes étapes de planification pour l'exécution d'un mandat de conception.
- 4.3 Connaître les éléments de base de la conception de produits numériques et de produits d'impression (typographie, science des couleurs, langages des images, grille de design) et pouvoir les appliquer en tenant compte du «look and feel» prévu par le concept.
- 4.4 Connaître des formats de fichiers appropriés pour préparer et livrer conformément à leur champ d'application des médias d'impression et numériques (en respectant les normes ISO applicables dans le domaine de la technologie graphique).
- 4.5 Connaître différents outils et leurs fonctions pour créer et traiter des images (selon le standard graphique) et des fichiers graphiques.
- 5.1 Connaître la structure (syntaxe) et la signification (sémantique) des feuilles de style CSS (Cascading Style Sheets) et leur intégration dans des pages HTML et pouvoir les utiliser correctement.
- 5.2 Connaître les principes fondamentaux de conception (p. ex. mise en page sur une colonne ou multicolonne, grilles, cases) pour réaliser des interfaces Web conviviales et les techniques fondamentales pour créer une navigation et des masques de saisie conviviaux.
- 5.3 Connaître diverses techniques d'insertion de bibliothèques CSS (p. ex. CDN, local, lien http).
- 5.4 Connaître différentes formes de représentation des éléments multimédia (image, audio, vidéo, animation simple) et pouvoir les évaluer selon leur finalité et appliquer des stratégies et des techniques pour concevoir les différents éléments multimédia.
- 5.5 Connaître des méthodes de contrôle des résultats (p. ex. test de réception, test d'acceptation) et pouvoir les utiliser pour déterminer et surveiller la réalisation des objectifs.
- 5.6 Connaître des critères de test pour garantir le fonctionnement correct du site Web sur différents appareils terminaux et navigateurs.
- 5.7 Connaître des variantes simples de détection de navigateurs (browser sniffing) en vue d'optimiser la compatibilité des navigateurs et pouvoir les utiliser.



- 6.1 Connaître les éléments fondamentaux de la gestion de projets et pouvoir définir les objectifs, le volume, le travail et le calendrier d'un projet.
- 6.2 Connaître le rôle de jalons importants pour vérifier l'état d'avancement d'un projet et pouvoir déterminer ceux-ci.
- 6.3 Connaître des mesures de gestion de projets appropriées (respect des objectifs, du calendrier et de la qualité du produit) et pouvoir les déterminer et les mettre en œuvre dans le cadre du projet considéré ainsi que, si nécessaire, les corriger.

---

Domaine de compétence	Marketing Communication
Objet	Produits médias conformes aux directives CI/CD (film, produit d'impression)
Niveau	3
Pré-requis	101, 272, 269, 289
Nombre de leçons	40
Reconnaissance	Certificat fédéral de capacité

---

Version du module 1.00