



***ICT Berufsbildung
Formation professionnelle
Formazione professionale***

Plan de formation

relatif à l'ordonnance du SEFRI du 25 octobre 2018 sur la formation professionnelle initiale de

médiamaticienne / médiamaticien¹ avec certificat fédéral de capacité (CFC)

du 25 octobre 2018

N° de la profession 88606

¹ Les termes désignant des personnes s'appliquent également aux femmes et aux hommes.

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	6
3. Profil de qualification	7
3.1 Profil de la profession	7
3.2 Vue d'ensemble des compétences opérationnelles	9
3.3 Niveau d'exigences de la profession	9
4. Domaines de compétences opérationnelles, compétences opérationnelles et objectifs évaluateurs par lieu de formation.....	10
5. Aperçu des modules des cours dans la formation scolaire et des cours interentreprises	37
6. Compétences de base élargies.....	38
Élaboration.....	40
Annexe 2: Référence de la CO en regard du titre de module	42

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
OFEV	Office fédéral de l'environnement
OFPr	Ordonnance sur la formation professionnelle, 2004
OFSP	Office fédéral de la santé publique
Orfo	Ordonnance sur la formation professionnelle initiale (ordonnance sur la formation)
Ortra	Organisation du monde du travail (association professionnelle)
SECO	Secrétariat d'État à l'économie
SEFRI	Secrétariat d'État à la formation, à la recherche et à l'innovation
Suva	Caisse nationale suisse d'assurance en cas d'accidents

D'autres termes de la formation professionnelle initiale et leur description exacte sont indiqués dans le lexique de la formation professionnelle (www.lex.formationprof.ch)

1. Introduction

En tant qu'instrument servant à promouvoir la qualité² de la formation professionnelle initiale de médiamaticien sanctionnée par un certificat fédéral de capacité (CFC), le plan de formation décrit les compétences opérationnelles que les personnes doivent avoir acquises à la fin de leur formation. Dans le même temps, il sert de base aux responsables de la formation professionnelle dans les entreprises formatrices, les écoles professionnelles et les cours interentreprises pour la planification et l'organisation de la formation.

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

² voir art. 12, al. 1, let. c, de l'ordonnance du 19 novembre 2003 sur la formation professionnelle (OFPr) et l'art 22 de l'ordonnance du SEFRI sur la formation professionnelle initiale de médiamaticien CFC

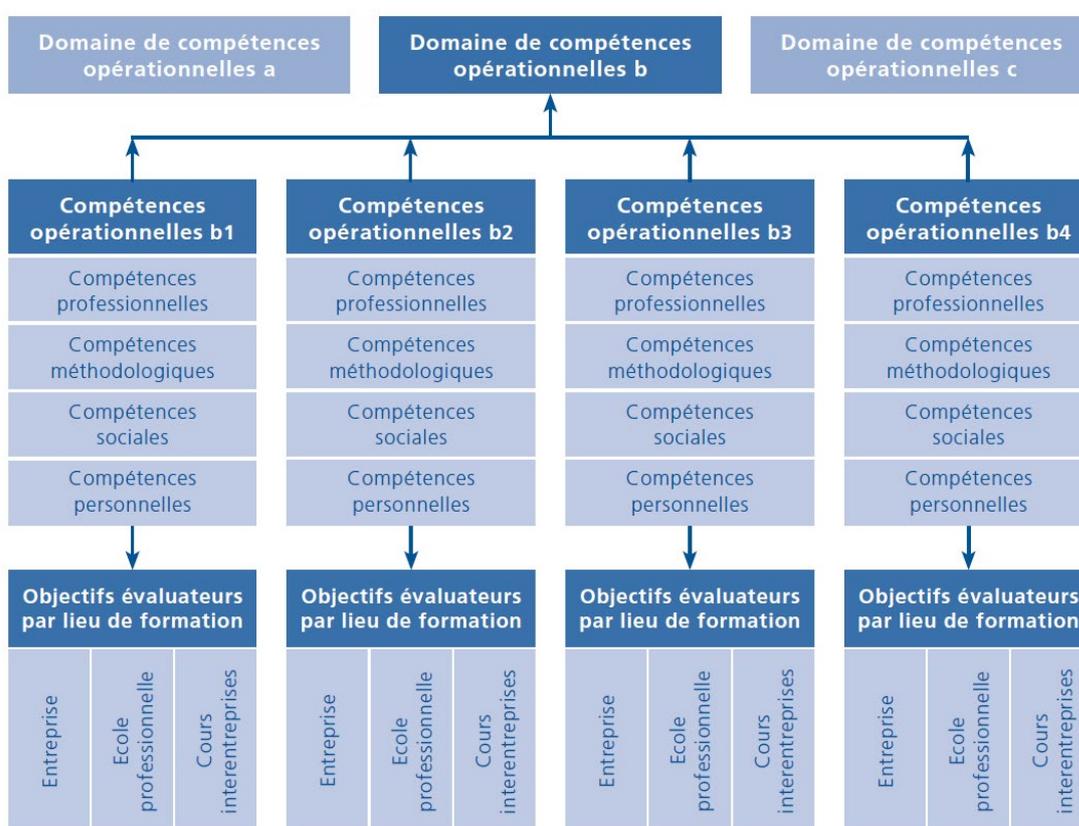
2. Bases de la pédagogie professionnelle

2.1 Introduction à l'orientation vers les compétences opérationnelles

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

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

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



La profession de médiaticien comprend **6 domaines de compétences opérationnelles**. Ces domaines définissent et justifient les champs d'action de la profession tout en les délimitant les uns par rapport aux autres.

Exemple: Production de contenus multimédias numériques

Chaque domaine de compétences opérationnelles comprend un nombre défini de **compétences opérationnelles**. Le domaine a) regroupe par exemple 4 compétences opérationnelles. Ces dernières correspondent à des situations professionnelles courantes. Elles décrivent le comportement que les personnes en formation doivent adopter lorsqu'elles se trouvent dans ces situations. Chaque compétence opérationnelle recouvre quatre dimensions : les compétences professionnelles, les compétences méthodologiques, les compétences personnelles et les compétences sociales (voir chap. 2.2). Ces quatre dimensions sont compétences professionnelles, compétences méthodologiques, compétences sociales, compétences personnelles

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

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

2.2 Tableau récapitulatif des quatre dimensions d'une compétence opérationnelle

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

Compétence opérationnelle



2.3 Niveaux taxonomiques pour les objectifs évaluateurs (selon Bloom)

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

Niveau	Opération	Description
C1	Savoir	Les médiamaticiens restituent des informations mémorisées et s'y réfèrent dans des situations similaires. <i>(Le niveau C1 ne figure pas dans le plan de formation des médiamaticiens CFC)</i>
C2	Comprendre	Les médiamaticiens expliquent ou décrivent les informations mémorisées avec leurs propres mots. <i>(Le niveau C2 ne figure pas dans le plan de formation des médiamaticiens CFC)</i>
C3	Appliquer	Les médiamaticiens mettent en pratique les technologies/aptitudes acquises dans des situations nouvelles. Exemple: appliquent des techniques simples de création.
C4	Analyser	Les médiamaticiens analysent une situation complexe: ils la décomposent en éléments distincts, relèvent les rapports entre ces éléments et identifient les caractéristiques structurelles. Exemple: analysent un mandat sur la base de recherches structurées.

C5	Synthétiser	Les médiamaticiens combinent les différents éléments d'une situation et les assemblent en un tout. Exemple: définissent des messages et slogans pour des produits numériques de marketing.
C6	Évaluer	Les médiamaticiens évaluent une situation plus ou moins complexe en fonction de critères donnés. (Le niveau C6 ne figure pas dans le plan de formation des médiamaticiens CFC)

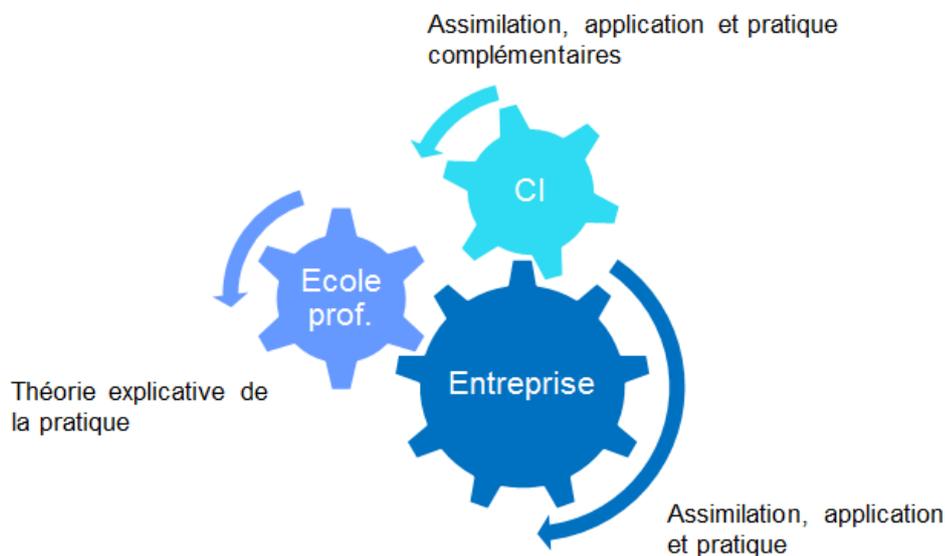
2.4 Collaboration entre les lieux de formation

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

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

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

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



La mise en place d'une coopération réussie entre les lieux de formation repose sur les instruments servant à promouvoir la qualité de la formation professionnelle initiale (voir annexe 1).

3. Profil de qualification

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

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

3.1 Profil de la profession

Les médiamaticiens sont des spécialistes de la production et de la réalisation de médias analogiques ou numériques. Ils développent des mesures de marketing et de communication, et utilisent les technologies les plus récentes pour le site Internet de leurs clients. Ils exploitent activement les réseaux et médias sociaux et mettent en pratique des moyens de communication de manière ciblée. Ils exécutent des projets de faible ampleur de manière autonome.

Domaine d'activités

Les médiamaticiens sont polyvalents dans la communication de l'entreprise, dans les ICT, le multimédia, le marketing et l'administration.

Ils travaillent dans les domaines de la communication, du marketing et du webdesign.

Ils mettent en relation et coordonnent les services, communiquent avec toutes les parties prenantes, ainsi qu'avec les clients internes et externes.

Principales compétences opérationnelles

Les médiamaticiens exercent les tâches suivantes:

Ils...

- saisissent des données numériques brutes dans le domaine du multimédia, traitent, publient et vérifient celles-ci de manière autonome en prenant soin de la qualité attendue;
- développent des propositions de maquette, conçoivent des éléments graphiques et réalisent des layouts et les conditionnent pour le média cible en tenant compte des règles usuelles dans la création graphique;
- élaborent des concepts pour un marketing analogique et numérique, mettent en œuvre des moyens de communications adéquats et animent des canaux de réseaux sociaux;
- collaborent dans l'administration de l'entreprise, en traitant des demandes de partenaires et de clients, en gérant des réunions et des événements, et en communiquant en trois langues;
- mettent en œuvre des compétences ICT, et veillent à la convivialité et respectent les directives de la protection des données lors de la conception de site Internet et de l'intégration de composants interactifs;
- exécutent de manière autonome des projets d'ampleur limitée, de la planification jusqu'à la clôture du projet (comprenant l'aspect financier) et la livraison du produit au client.

Exercice de la profession

Grâce à l'encouragement ciblé de compétences communes à plusieurs professions dans la formation et aux connaissances fondamentales acquises dans les domaines des ICT, de la conception et de l'économie d'entreprise, les médiamaticiens sont capables de réfléchir et d'agir en réseau de manière connectée. Ils sont des partenaires compétents les domaines de la communication, du marketing et des réseaux sociaux et jouent ainsi un rôle déterminant dans notre société numérique. Les médiamaticiens sont des professionnels innovants, créatifs, et ouverts d'esprit, qui possèdent de multiples compétences opérationnelles. Ils disposent de connaissances techniques, ont de l'intérêt pour les nouveaux médias, et font preuve de capacités de création et d'un esprit conscient des aspects économiques. Les médiamaticiens travaillent souvent en équipes et en groupes de travail interdisciplinaires.

Grâce à la formation générale et polyvalente, ils disposent d'une base solide en vue d'une spécialisation. C'est pourquoi ils concentrent assez rapidement leur pratique sur un domaine précis et perfectionnent une ou plusieurs de leurs compétences. Les professionnels peuvent suivre des formations

continues préparant aux examens professionnels fédéraux et aux examens professionnels fédéraux supérieurs, et profiter des offres des écoles supérieures et des hautes écoles spécialisées.

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

Les médiamaticiens regroupent diverses compétences devenues incontournables dans la société actuelle de communication et d'information. Ils assument des fonctions d'interface importantes entre les domaines d'activités, par exemple entre l'informatique et le marketing.

Les médiamaticiens sont des professionnels particulièrement adaptés et recherchés dans la numérisation de toute l'économie suisse, aptes à répondre aux défis posés dans le domaine des ICT.

Culture générale

L'enseignement de la culture générale vise à transmettre des compétences fondamentales permettant aux personnes en formation de s'orienter sur les plans personnel et social et de relever des défis tant privés que professionnels.

3.2 Vue d'ensemble des compétences opérationnelles

↓ Domaines de compétences opérationnelles		Compétences opérationnelles→				
a	Production de contenus multimédias numériques	a1: Préparer la production des points de vue conceptuel et organisationnel	a2: Elaborer des données numériques brutes	a3: Traiter des données numériques brutes	a4: Archiver des données et publier le produit final	
b	Réalisation de contenus multimédias	b1: Développer des propositions de maquettes	b2: Concevoir des éléments graphiques	b3: Concevoir des layouts	b4: Adapter la maquette au média cible	
c	Développement et mise en œuvre de mesures de marketing et de communication	c1:Élaborer le concept de marketing	c2: Concevoir des produits analogiques de marketing et mettre en œuvre des activités de marketing	c3: Concevoir des produits numériques de marketing et en assurer l'exploitation	c4: Rédiger et publier des textes pour la communication de l'entreprise	c5: Constituer des réseaux sociaux et les exploiter
d	Collaboration dans l'administration de l'entreprise	d1: Traiter des demandes externes dans le cadre du travail journalier	d2: Organiser et animer des réunions et des événements	d3: Etablir des offres et des factures pour des mandats de clients		
e	Mise en œuvre de technologies de l'information et de la communication (ICT)	e1: Installer et utiliser ses propres outils de travail ICT	e2: Concevoir des sites Internet	e3: Ajouter aux sites Internet des composants interactifs côté clients	e4: Sélectionner et traiter des données sur un serveur	
f	Exécution de projets de faible ampleur	f1: Clarifier les besoins du client	f2: Élaborer la planification du projet	f3: Assurer le suivi du projet	f4: Procéder à la livraison du produit au client et clore le projet	

3.3 Niveau d'exigences de la profession

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

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

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

Domaine de compétences opérationnelles a: Production de contenus multimédias numérique

Compétence opérationnelle:

a1: Préparer la production des points de vue conceptuel et organisationnel

Les médiaticiens préparent la production de contenus multimédias numériques au niveau de la conception et de l'organisation (phase de planification).

Ils reçoivent de la part des clients ou de leurs supérieurs hiérarchiques un mandat pour une production élémentaire (par ex. film, photographie, enregistrement de sons). Dans un premier temps, ils évaluent s'ils disposent de toutes les informations nécessaires pour pouvoir accomplir correctement le mandat. Si les informations sont incomplètes ou imprécises, ils se renseignent. Selon le mandat, les médiaticiens reçoivent un concept prédéfini (par ex. storyboard, scénario) ou en développent un eux-mêmes. Ils appliquent des techniques de créativité élémentaires (par ex. mindmapping, brainstorming) et apportent leurs propres idées. Sur la base des directives, ils élaborent un calendrier et organisent l'infrastructure et le matériel nécessaire (par ex. se procurer un enregistreur, effectuer des réservations, demander les autorisations et les déclarations de consentement, etc.).

Pratique professionnelle	Contrôle des objectifs				Ecole professionnelle	Cours interentreprises
	Taxonomie	Expliqué	Exercé	Autonome		
Les médiaticiens...						
a1.1: contrôlent si les informations importantes relatives au mandat sont complètes et compréhensibles, demandent de plus amples informations si ce n'est pas le cas.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	264 Préparer des productions de médias numériques	269 Réaliser un projet de photographies
a1.2: élaborent un concept (moodboard /scénario /storyboard /shootingboard) pour une production numérique simple.	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	264 Préparer des productions de médias numériques 265 Produire des photographies numériques 266 Produire des animations numériques	269 Réaliser un projet de photographies 276 Etablir des médias pour une action de marketing

				267 Produire des enregistrements audios numériques 268 Produire des films numériques		
a1.3: appliquent de techniques de créativité simples.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	264 Préparer des productions de médias numériques 265 Produire des photographies numériques 266 Produire des animations numériques 267 Produire des enregistrements audios numériques 268 Produire des films numériques	269 Réaliser un projet de photographies
a1.4: élaborent un plan calendrier pour une production simple.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	264 Préparer des productions de médias numériques 265 Produire des photographies numériques 266 Produire des animations numériques 267 Produire des enregistrements audios numériques 268 Produire des films numériques	276 Etablir des médias pour une action de marketing
a1.5: organisent les infrastructures et les matériels d'enregistrement nécessaires.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	264 Préparer des productions de médias numériques 265 Produire des photographies numériques 267 Produire des enregistrements audios numériques 268 Produire des films numériques	
a1.6: clarifient la protection juridique et demandent les autorisations nécessaires (par ex: autorisation de tournage, déclaration de consentement).	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	265 Produire des photographies numériques 283 Etablir et vérifier des offres conformément au droit	

Compétence opérationnelle:

a2: Elaborer des données numériques brutes

Les médiamatriciens élaborent, selon concept, des données numériques brutes avec divers appareils enregistreurs (phase de production).

Selon le concept, ils installent le lieu d'enregistrement avec tous les appareils et matériels nécessaires. Ils produisent les données brutes nécessaires pour les contenus médias en vue d'une utilisation interne ou pour les mandats de clients. A cet effet, ils filment ou photographient, selon besoins, avec une caméra et/ou enregistrent des sons. A cet effet, ils se conforment strictement au mandat et au concept élaboré (moodboard/scénario/storyboard/shootingboard). Ils vérifient continuellement les données brutes (par ex. netteté de l'image, bruitages, volume, exposition). Lors d'un travail en équipe, ils donnent des consignes claires et compréhensibles. Après clôture des enregistrements, ils rangent leur place de travail, entretiennent et remettent en place les appareils et matériels dans les règles de l'art (par ex. contrôle de matériel, nettoyage, annoncer les défauts, charger les accus).

Pratique professionnelle	Taxonomie	Contrôle des objectifs			Ecole professionnelle	Cours interentreprises
		Expliqué	Exercé	Autonome		
Les médiamatriciens...						
a2.1: installent un lieu d'enregistrement selon le concept avec tous les appareils et matériels nécessaires.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	265 Produire des photographies numériques 267 Produire des enregistrements audios numériques 268 Produire des films numériques	269 Réaliser un projet de photographies
a2.2: élaborent des données brutes avec une caméra selon le concept.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	265 Produire des photographies numériques 268 Produire des films numériques	269 Réaliser un projet de photographies
a2.3: élaborent des données brutes avec un enregistreur audio selon le concept.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	265 Produire des photographies numériques 267 Produire des enregistrements audios numériques 268 Produire des films numériques	269 Réaliser un projet de photographies
a2.4: contrôlent les enregistrements sur place.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	265 Produire des photographies numériques 267 Produire des enregistrements audios numériques 268 Produire des films numériques	269 Réaliser un projet de photographies
a2.5: se comportent avec soins envers les appareils et matériels.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	264 Préparer des productions de médias numériques 265 Produire des photographies numériques 266 Produire des animations numériques 267 Produire des enregistrements audios numériques	269 Réaliser un projet de photographies

a2.6: remettent la place d'enregistrement dans son état initial.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	268 Produire des films numériques	269 Réaliser un projet de photographies
a2.7: entretiennent les appareils et matériels lors de la restitution selon les règles de l'art (par ex. contrôle de matériel, nettoyage, annoncer les défauts, charger les accus).	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	264 Préparer des productions de médias numériques 265 Produire des photographies numériques 266 Produire des animations numériques 267 Produire des enregistrements audios numériques 268 Produire des films numériques	269 Réaliser un projet de photographies

Compétence opérationnelle:

a3: Traiter des données numériques brutes

Les médiaticiens importent des données numériques brutes et traitent celles-ci (phase de postproduction).

Les médiaticiens transfèrent les enregistrements vidéo, photos, et/ou audio du support d'information sur le stockage de fichiers défini, les stockent de manière correcte et structurée. Ensuite, ils traitent les données brutes avec des logiciels appropriés. Ils réalisent d'abord une première version brute et la discutent avec le client/mandant. Suite à l'entretien, ils continuent le traitement (par ex. coupure des données filmées, corrections des couleurs, optimisation des sons, ajoutent de la musique et bruits, insèrent divers éléments tels que des animations simples, etc.). A cet effet, ils respectent le mandat, respectivement le concept et le processus de fabrication prédéfini. À la fin, ils exécutent un contrôle final et présentent le produit final au client/mandant.

Pratique professionnelle	Contrôle des objectifs				Ecole professionnelle	Cours interentreprises
	Taxonomie	Expliqué	Exercé	Autonome		
Les médiaticiens ...						
a3.1: transfèrent les données brutes du support d'information sur le stockage de fichiers prédéfini et le stockent de manière correcte et structurée.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	264 Préparer des productions de médias numériques 265 Produire des photographies numériques 267 Produire des enregistrements audios numériques 268 Produire des films numériques	269 Réaliser un projet de photographies
a3.2: découpent les données brutes (film, audio) avec diverses techniques de découpage.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	267 Produire des enregistrements audios numériques 268 Produire des films numériques	

a3.3: ajoutent du son à la coupure de film (par ex. musique, bruits, voix-off)	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	267 Produire des enregistrements audios numériques 268 Produire des films numériques	
a3.4: optimisent les fichiers audio (par ex. suppression des bruits, normalisation).	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	267 Produire des enregistrements audios numériques 268 Produire des films numériques	
a3.5: insèrent correctement divers éléments (par ex. des animations simples).	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	268 Produire des films numériques	
a3.6 font des corrections de couleurs et de teintes.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	265 Produire des photographies numériques 266 Produire des animations numériques 268 Produire des films numériques	269 Réaliser un projet de photographies
a3.7: vérifient si le produit final correspond au mandat.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	265 Produire des photographies numériques 266 Produire des animations numériques 267 Produire des enregistrements audios numériques 268 Produire des films numériques	269 Réaliser un projet de photographies
a3.8: présentent le produit final au client/mandant.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		269 Réaliser un projet de photographies

Compétence opérationnelle:

a4: Archiver des données et publier le produit final

Les médiaticiens archivent les fichiers, selon les directives de l'entreprise et exportent le produit final dans le format cible exigé.

Ils vérifient les exigences spécifiques de la plateforme/des plateformes définie(s) (par ex. Youtube, Vimeo) et choisissent le format cible approprié. Selon le mandat, ils publient le produit final en prenant soin des configurations spécifiques aux plateformes ou le livrent au client/mandant.

Finalement, ils désignent et archivent les données selon les directives de l'entreprise, puis ils les sauvegardent dans leur intégralité et de manière structurée (reproductibilité).

Pratique professionnelle	Contrôle des objectifs			Ecole professionnelle	Cours interentreprises	
	Taxonomie	Expliqué	Exercé			Autonome
Les médiaticiens...						
a4.1: choisissent, en se référant aux exigences spécifiques de diverses plateformes, le format cible.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	264 Préparer des productions de médias numériques 265 Produire des photographies numériques	269 Réaliser un projet de photographies

					266 Produire des animations numériques 267 Produire des enregistrements audios numériques 268 Produire des films numériques	
a4.2: utilisent des formats de fichiers prédéfinis (Container) et des processus de compression (Codecs) de manière ciblée.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	265 Produire des photographies numériques 266 Produire des animations numériques 267 Produire des enregistrements audios numériques 268 Produire des films numériques	269 Réaliser un projet de photographies
a4.3: exportent des fichiers dans le format cible exigé.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	265 Produire des photographies numériques 266 Produire des animations numériques 267 Produire des enregistrements audios numériques 268 Produire des films numériques	269 Réaliser un projet de photographies
a4.4: publient le produit final selon les souhaits du client et avec les configurations spécifiques à la plateforme.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		269 Réaliser un projet de photographies
a4.5: désignent et archivent les fichiers selon les directives de l'entreprise dans leur intégralité et de manière structurée.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	264 Préparer des productions de médias numériques 265 Produire des photographies numériques 266 Produire des animations numériques 267 Produire des enregistrements audios numériques 268 Produire des films numériques	269 Réaliser un projet de photographies

Domaine de compétences opérationnelles b: Réalisation de contenus multimédias

Compétence opérationnelle:

b1: Développer des propositions de maquettes

Les médiaticiens développent, selon les demandes du client, des propositions du design dans diverses variantes.

Sur la base d'entretiens avec le client, ils développent plusieurs variantes de maquette pour des produits de web et/ou d'impression (par ex. prospectus, brochures, bannières). A cet effet, ils respectent les diverses règles de création en vigueur (par ex. typographie, la science des couleurs, langages des images, grille de design), ainsi que les directives de l'entreprise (CI/CD) comme aussi d'autres prescriptions (par ex. public cible, les formats standards, web et d'impression). Ensuite ils présentent leurs diverses propositions au client et expliquent les avantages et inconvénients des différentes variantes. Le client choisit une maquette pour la réalisation.

Pratique professionnelle	Taxonomie	Contrôle des objectifs			Ecole professionnelle	Cours interentreprises
		Expliqué	Exercé	Autonome		
Les médiaticiens...						
b1.1: mènent des entretiens avec le client et recherchent toutes les informations importantes pour le développement des propositions de maquette.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	270 Déterminer et appliquer les couleurs et typographie 273 Appliquer des maquettes	276 Etablir des médias pour une action de marketing
b1.2: développent diverses propositions de maquettes pour des produits du web et/ou d'impression, en tenant compte des principaux aspects (par ex. public cible, CI/CD, typographie, science des couleurs, langage des images, grilles du design).	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	270 Déterminer et appliquer les couleurs et typographie 273 Appliquer des maquettes	272 Développer et mettre en œuvre des produits d'impression 276 Etablir des médias pour une action de marketing
b1.3: présentent au client les différentes maquettes élaborées, ainsi que leurs avantages et inconvénients.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	270 Déterminer et appliquer les couleurs et typographie 273 Appliquer des maquettes 274 Préparer et distribuer des données d'impression 275 Elaborer et présenter des projets de maquettes	
b1.4: adaptent la maquette aux besoins du client.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	273 Appliquer des maquettes 274 Préparer et distribuer des données d'impression	

Compétence opérationnelle:

b2: Concevoir des éléments graphiques

Les médiaticiens conçoivent des éléments graphiques pour différents médias.

A l'aide de la maquette, ils conçoivent différents éléments graphiques (diagramme, tableaux, icônes, arrière-plan, textes, etc.) sous forme statique et animée. Pour cela ils suivent langage visuel imposé, respectivement prédéfini (look & feel), par ex. pour les caractères, couleurs et images. Ils finalisent la proposition choisie par le client. Ils exportent, partant des données du projet neutre du point de vue média, les données appropriées média cible (web/impression/film) en observant les configurations nécessaires (résolution et espace colorimétrique / profil de couleur).

Pratique professionnelle	Taxonomie	Contrôle des objectifs			Ecole professionnelle	Cours interentreprises
		Expliqué	Exercé	Autonome		
Les médiaticiens...						
b2.1: choisissent, selon le langage visuel imposé et règlements de design en vigueur, des caractères et couleurs pour différents éléments graphiques.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	270 Déterminer et appliquer les couleurs et typographie	272 Développer et mettre en œuvre des produits d'impression
b2.2: animent des éléments graphiques (par ex. icônes, pictogrammes, diagramme, bannière, etc.).	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	266 Produire des animations numériques 274 Préparer et distribuer des données d'impression	276 Etablir des médias pour une action de marketing
b2.3: mettent en pratique des espaces de couleur et profils de couleur (RGB, CYMK) pour le média cible.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	270 Déterminer et appliquer les couleurs et typographie	276 Etablir des médias pour une action de marketing
b2.4: choisissent le format approprié et résolution pour les différents éléments selon le mandat.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	270 Déterminer et appliquer les couleurs et typographie 271 Elaborer des données vectorielles et traiter des images	272 Développer et mettre en œuvre des produits d'impression
b2.5: réalisent, dans un programme d'illustration à base vectorielle, des éléments graphique.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	271 Elaborer des données vectorielles et traiter des images	272 Développer et mettre en œuvre des produits d'impression
b2.6: réalisent des montages d'images simples dans un programme de traitement d'images à base de pixels.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	271 Elaborer des données vectorielles et traiter des images	272 Développer et mettre en œuvre des produits d'impression

Compétence opérationnelle:
b3: Concevoir des layouts

Les médiamaticiens réalisent un layout et intègre des blocs de texte, comme aussi des éléments graphiques existants et des images.

Pour cela ils réalisent, selon la maquette choisie, une grille de création simple ou reprennent un modèle de l'entreprise. Ils créent des pages modèles, des formats de paragraphe et caractères, comme aussi des tables des matières automatisées. Ils insèrent divers éléments (par ex. images, textes, arrière-fonds, logos, icônes, tables, etc.) de manière visuellement attrayante dans le layout. Ils font attention aux vœux du client, respectivement les directives CI/CD. Ils discutent le layout final avec le client et entreprennent, le cas échéant, les modifications demandées. Ils réalisent des produits statiques comme aussi interactifs (par ex. PDF) et veillent aux aspects de la typographie (par ex. mixe de caractères, format d'impression, grandeur des caractères, styles de caractères, interlignes).

Pratique professionnelle	Taxonomie	Contrôle des objectifs			Ecole professionnelle	Cours interentreprises
		Expliqué	Exercé	Autonome		
Les médiamaticiens...						
b3.1: réalisent selon la maquette choisie une grille de création simple.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	273 Appliquer des maquettes	272 Développer et mettre en œuvre des produits d'impression
b3.2: réalisent des pages modèles, des formats de paragraphe et caractères, en tenant compte des bases de la typographie.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	270 Déterminer et appliquer les couleurs et typographie 273 Appliquer des maquettes	272 Développer et mettre en œuvre des produits d'impression
b3.3: mettent en œuvre un layout selon les vœux du client et/ou les directives CI/CD.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	274 Préparer et distribuer des données d'impression 275 Elaborer et présenter des projets de maquettes	272 Développer et mettre en œuvre des produits d'impression
b3.4: définissent des couleurs et contraste pour le layout.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	270 Déterminer et appliquer les couleurs et typographie 273 Appliquer des maquettes	
b3.5: insèrent divers éléments (par ex. images, textes, arrière-fonds, logos, icônes, tables, etc.) de manière professionnelle et visuellement attrayante dans le layout et font les modifications nécessaires.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	273 Appliquer des maquettes	272 Développer et mettre en œuvre des produits d'impression
b3.6: élaborent dans un programme de layout un produit interactif.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	275 Elaborer et présenter des projets de maquettes	

Compétence opérationnelle:

b4: Adapter la maquette au média cible

Les médiaticiens conditionnent le design final pour le média cible.

Pour cela, ils doivent, selon le média, respecter les divers règles et standards (par ex. format de papier, grandeur et rapport de contraste des PCs et appareils mobiles, proportions, conditions spatiales comme sur les bannières, blogs et les articles sur le réseau social, etc.). Ils vérifient, avant l'exportation, le format du fichier, la résolution des images et l'espace colorimétrique selon le mandat. Si le mandat demande des exigences spéciales à la production de l'impression (par ex. couleurs spéciales, gravures), ils prennent contact avec le traiteur suivant (par ex. l'imprimerie) et organisent la transmission des fichiers. Ils livrent au client la version finale dans les différents formats de fichiers et grandeurs, correctement décrit et structuré de manière claire.

Pratique professionnelle	Contrôle des objectifs				Ecole professionnelle	Cours interentreprises
	Taxonomie	Expliqué	Exercé	Autonome		
Les médiaticiens...						
b4.1: vérifient avant l'exportation le format du fichier, la résolution de l'image et l'espace colorimétrique, selon le mandat.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	271 Elaborer des données vectorielles et traiter des images 274 Préparer et distribuer des données d'impression	
b4.2: recherches des informations auprès du traiteur suivant et conditionnent les données en conséquence.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	274 Préparer et distribuer des données d'impression	
b4.3: exportent le design selon le mandat, dans le format correspondant et organisent la transmission des données.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	274 Préparer et distribuer des données d'impression	272 Développer et mettre en œuvre des produits d'impression
b4.4: préparent un layout pour l'impression (par ex. marques de coupures, repères d'impression et de fonds perdus).	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	274 Préparer et distribuer des données d'impression	272 Développer et mettre en œuvre des produits d'impression

Domaine de compétences opérationnelles c: Développement et mise en œuvre de mesures de marketing et de communication

Compétence opérationnelle:

c1: Élaborer le concept de marketing

Les médiaticiens élaborent, à des fins internes ou dans le cadre d'un projet clientèle, un concept marketing.

Pour élaborer un concept marketing – par ex. pour un produit nouveau ou perfectionné – les médiaticiens analysent, dans un premier temps, le marché concerné. Ils définissent avec le client le groupe cible, par ex. avec la méthode Personas. Ils recherchent les concurrents qui proposent des produits similaires sur le marché. Afin de pouvoir évaluer la position du marché, ils font une analyse SWOT (FFOM). Dans une étape ultérieure, ils précisent les principaux aspects de marketing comme le prix, le produit, les canaux de ventes/distribution, placement et la communication. A cet effet, ils appliquent par exemple la règle des 4p. Tous les résultats sont verbalisés dans une documentation. Avec l'aide de cette documentation ils en déduisent les mesures intégrées de communication (choix des médias, messages, impact de la publicité, etc.). À la fin, ils élaborent un budget de marketing et une planification détaillée du mix-communications. (quand, où est communiqué quoi et comment). Le concept marketing complet est discuté avec le client et ils initient les étapes suivantes.

Pratique professionnelle	Contrôle des objectifs				Ecole professionnelle	Cours interentreprises
	Taxonomie	Expliqué	Exercé	Autonome		
Les médiaticiens...						
c1.1: analysent, après l'accord du client, le public cible avec les méthodes adéquates.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	278 Analyser le marché et en déduire les objectifs stratégiques	276 Etablir des médias pour une action de marketing
c1.2: font une recherche de concurrence.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	278 Analyser le marché et en déduire les objectifs stratégiques	
c1.3: font une analyse SWOT (FFOM).	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	278 Analyser le marché et en déduire les objectifs stratégiques	
c1.4: définissent les aspects importants du marketing, tels que prix, produit, distribution et communication.	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	279 Développer et présenter un concept de marketing	
c1.5: déduisent de l'analyse de marketing les mesures concrètes de communication et les fixent dans le concept de marketing.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	279 Développer et présenter un concept de marketing	
c1.6: élaborent une planification réalisable qui comprend les aspects temporels et financiers pour les activités de marketing.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	279 Développer et présenter un concept de marketing	276 Etablir des médias pour une action de marketing
c1.7: documentent les résultats obtenus de l'analyse marketing dans le concept marketing de manière claire et compréhensible.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	279 Développer et présenter un concept de marketing	276 Etablir des médias pour une action de marketing
c1.8: expliquent au client le contenu du concept marketing de manière claire.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	279 Développer et présenter un concept de marketing	276 Etablir des médias pour une action de marketing

Compétence opérationnelle :

c2: Concevoir des produits analogiques de marketing et mettre en œuvre des activités de marketing

Sur la base du concept marketing, les médiaticiens conçoivent des produits analogiques de marketing (par ex. affiches, prospectus, ou une distribution tout ménage) et accompagnent la mise en œuvre.

Lors de la préparation de produits analogiques, ils répondent aux questions suivantes : quelles sont les messages clés et slogans appropriés ? Quel est le moyen idéal pour transporter le message au groupe cible ? Ensuite, ils concrétisent les différents produits de marketing en définissant les couleurs, formes, le matériel à utiliser, ainsi que la qualité attendue. Ils veillent à la signification des différents produits. Les résultats de l'analyse et les propositions sont documentés et discutés avec le client. Dans une étape suivante, ils élaborent les ébauches du texte et choisissent des images appropriées. Le cas échéant, ils créent une nouvelle imagerie eux-mêmes. Une fois les produits finis, ils délivrent le mandat pour la production, par ex. à une imprimerie. Ils contrôlent la qualité et s'assurent que la distribution peut se faire comme convenu (par ex. mise en place des affiches).

Pratique professionnelle	Contrôle des objectifs				Ecole professionnelle	Cours interentreprises
	Taxonomie	Expliqué	Exercé	Autonome		
Les médiaticiens...						
c2.1: définissent les messages et slogans pour des produits analogiques.	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CBE : langage spécialisé du marketing 280 Concevoir des produits analogiques et numériques de marketing	
c2.2: concrétisent des produits analogiques de marketing en prenant compte des aspects importants (par ex. couleur, forme, matériel, qualité) et ils documentent ceux-ci.	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	280 Concevoir des produits analogiques et numériques de marketing	276 Etablir des médias pour une action de marketing
c2.3: présentent aux clients l'analyse et les propositions des produits de marketing analogiques.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
c2.4: élaborent des ébauches de textes pour les produits de marketing analogiques.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CBE : langage spécialisé du marketing	
c2.5: choisissent des images appropriées pour les produits de marketing analogiques.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	280 Concevoir des produits analogiques et numériques de marketing	
c2.6: délivrent le mandat de production pour les produits de marketing analogiques.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
c2.7: coordonnent la distribution des produits de marketing analogiques.	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

Compétence opérationnelle :

c3: Concevoir des produits numériques de marketing et en assurer l'exploitation

Sur la base du concept de marketing, les médiamaticiens conçoivent les produits de marketing numériques (par ex. vidéos, animations, bannières publicitaires) et maintiennent ceux-ci à jour sur les médias correspondants (par ex. site Internet).

Lors de la conception des produits de marketing numériques, ils répondent aux questions suivantes : quels sont les messages et slogans appropriés? Quel est le moyen idéal pour transmettre le message au groupe cible ? Comment la portée et l'acceptance des messages peuvent-ils être mesurés. Ensuite, ils concrétisent les différents produits marketing en définissant les couleurs, formes et les plateformes techniques appropriées, et fixent la qualité/format de sortie. Ils veillent à la signification de chaque produit. Ils verbalisent les résultats de l'analyse ainsi que les propositions, et ils les discutent avec le client. Dans une étape ultérieure, ils élaborent des graphiques, des ébauches de textes, des scripts, etc., et définissent éventuellement l'imagerie. Lorsque les produits sont terminés, ils les placent dans les canaux digitaux définis. Après le placement de produits avec succès, ils mesurent, surveillent et optimisent (optimisation pour les moteurs de recherche) l'activité de la présence en ligne avec l'aide des outils techniques correspondants par ex. Google Analytics. Ils créent pour les clients des évaluations spécifiques aux produits et des tableaux de bord, proposent des possibilités d'optimisation potentielle.

Pratique professionnelle	Taxonomie	Contrôle des objectifs			Ecole professionnelle	Cours interentreprises
		Expliqué	Exercé	Autonome		
Les médiamaticiens...						
c3.1: définissent des messages et slogans pour les produits de marketing numériques.	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CBE : langage spécialisé du marketing 280 Concevoir des produits analogiques et numériques de marketing	276 Etablir des médias pour une action de marketing
c3.2: définissent comment la portée et l'acceptance des messages peuvent-être mesurés.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	280 Concevoir des produits analogiques et numériques de marketing	276 Etablir des médias pour une action de marketing
c3.3 concrétisent les produits de marketing numériques en relation avec les aspects importants (par ex. couleur, forme, plateforme technique appropriée) et documentent les choix.	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CBE : langage spécialisé du marketing	276 Etablir des médias pour une action de marketing
c3.4: présentent les produits marketings numériques aux clients de manière convaincante.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		276 Etablir des médias pour une action de marketing
c3.5: choisissent des images appropriées pour les produits de marketing numériques.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	280 Concevoir des produits analogiques et numériques de marketing	276 Etablir des médias pour une action de marketing
c3.6: placent les produits de marketing sur les canaux prévus.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		276 Etablir des médias pour une action de marketing

c3.7: mesurent les activités de la présence en ligne en utilisant des moyens techniques d'aide appropriés.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	282 Evaluer les chiffres clés du marketing et préparer les contenus pour la communication opérationnelle	276 Etablir des médias pour une action de marketing
c3.8: optimisent la présence en ligne avec l'aide de moyens techniques appropriés.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		276 Etablir des médias pour une action de marketing
c3.9: élaborent des évaluations spécifiques aux produits et des tableaux de bord.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	282 Evaluer les chiffres clés du marketing et préparer les contenus pour la communication opérationnelle	276 Etablir des médias pour une action de marketing
c3.10: déduisent des possibilités d'optimisation potentielle à partir des évaluations.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	282 Evaluer les chiffres clés du marketing et préparer les contenus pour la communication opérationnelle	276 Etablir des médias pour une action de marketing

Compétence opérationnelle:

c4: Rédiger et publier des textes pour la communication de l'entreprise

Les médiaticiens collaborent à la communication de leur entreprise en éditant et publiant des textes pour divers moyens de communication.

Si les médiaticiens reçoivent un mandat dans le domaine de la communication, ils définissent d'abord le moyen approprié de communication. A cet effet, ils clarifient les objectifs et le public cible avec le responsable de la communication et élaborent une proposition, quel moyen ils utiliseraient, par ex. un prospectus, une annonce, des articles dans une publication ou un communiqué de presse. Ils ébauchent le texte ou le contenu en respectant les directives de l'entreprise (Corporate Communications). Ils veillent à ce que le texte soit formulé pour le public cible et qu'il soit conforme aux autres produits médias (par ex. film, prospectus). De plus, ils veillent aussi à ce que les déclarations essentielles soient claires et compréhensibles, qu'un choix judicieux et compréhensible des textes soit réalisé. Selon besoins, ils en conviennent avec d'autres personnes internes ou externes, et/ou assument la coordination. Enfin, ils finalisent le texte et publient celui-ci dans le média prévu (par ex. publication sur la page Internet ou Intranet).

Pratique professionnelle	Taxonomie	Contrôle des objectifs			Ecole professionnelle	Cours interentreprises
		Expliqué	Exercé	Autonome		
Médiaticiennes et médiaticiens...						
c4.1: choisissent, d'entente avec le responsable de communication, le moyen approprié de communication (par ex. prospectus, annonce, communiqué de presse).	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		276 Etablir des médias pour une action de marketing
c4.2: éditent un texte orienté public cible, significatif, clairement structuré et qui respecte les directives de l'entreprise.	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	282 Evaluer les chiffres clés du marketing et préparer les contenus pour la communication opérationnelle CBE : langage spécialisé du marketing	276 Etablir des médias pour une action de marketing

c4.3: finalisent un texte de manière formelle et correct du point de vue contenu, d'entente avec des secteurs internes.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CBE : langage spécialisé du marketing	276 Etablir des médias pour une action de marketing
c4.4: publient un texte dans le média prévu.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	282 Evaluer les chiffres clés du marketing et préparer les contenus pour la communication opérationnelle CBE : langage spécialisé du marketing	276 Etablir des médias pour une action de marketing
c4.5: éditent un texte simple et court dans un deuxième langue nationale pour la communication dans l'entreprise.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CBE : 2 ^e . langue nationale	276 Etablir des médias pour une action de marketing
c4.6: éditent un textes simple et court en anglais pour la communication dans l'entreprise.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CBE : Anglais	276 Etablir des médias pour une action de marketing

Compétence opérationnelle:

c5: Constituer des réseaux sociaux et les exploiter

Les médiamaticiens constituent des canaux de réseaux sociaux dans le cadre de mandats internes ou externes, et exploitent ceux-ci.

Au début d'un mandat et sur la base d'une analyse du public cible, ils définissent d'abord quels sont les canaux les plus appropriés pour atteindre les objectifs donnés. Ils définissent le nombre et le type de canaux à utiliser. Ensuite, ils élaborent un concept de réseau social, dans lequel ils définissent pour quel groupe cible, comment, quand et avec quels intervalles sera-t-il informé, respectivement exploité. Ils définissent également les responsabilités et dressent une estimation des coûts d'exploitation. Ils créent le canal, élaborent les contenus - textes, images ou animations - et publient ceux-ci, selon la planification online. Ensuite, ils veillent à l'exploitation continue. Cela signifie qu'ils mettent à jour les contenus, coordonnent les responsabilités et publient ou répondent aux articles. Ils communiquent activement tout en respectant les directives de l'entreprise sur le réseau social, apportent leur soutien aux clients dans le monde en ligne. Selon la situation, ils éditent également leurs articles dans une deuxième langue nationale ou en anglais. Dans une plage temporelle prédéfinie, ils évaluent l'utilisation de chaque canal (par ex. nombre de followers, likes etc.). Ils élaborent un rapport avec l'aide d'outils d'analyse courants et conditionnent les données pour le mandat.

Pratique professionnelle	Taxonomie	Contrôle des objectifs			Ecole professionnelle	Cours interentreprises
		Expliqué	Exercé	Autonome		
Les médiamaticiens...						
c5.1: définissent selon le mandat les canaux de réseau social appropriés.	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	281 Constituer et administrer des canaux de médias sociaux	
c5.2: élaborent un concept de réseau social en relation avec les objectifs et les groupes cibles.	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	281 Constituer et administrer des canaux de médias sociaux	

c5.3: constituent un canal de réseau social.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	281 Constituer et administrer des canaux de médias sociaux	
c5.4: publient différents contenus sur un canal de réseau social (texte, image, animation, film).	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	266 Produire des animations numériques CBE : langage spécialisé du marketing	276 Etablir des médias pour une action de marketing
c5.5: exploitent un canal de réseau social en relation des contenus, responsabilités et articles.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CBE : langage spécialisé du marketing	
c5.6: élaborent un rapport qui est clair et compréhensible pour l'usage du canal du réseau social.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	282 Evaluer les chiffres clés du marketing et préparer les contenus pour la communication opérationnelle CBE : langage spécialisé du marketing	
c5.7: publient des articles et répondent dans une deuxième langue nationale.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CBE: 2 ^e . langue nationale	
c5.8: publient des articles et répondent en anglais.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CBE: Anglais	
c5.9: vérifient les conditions cadres juridiques dans l'utilisation des médias sociaux et conseillent le client en ce qui concerne la sphère privée.					281 Constituer et administrer des canaux de médias sociaux	

Domaine de compétences opérationnelles d: Collaboration dans l'administration de l'entreprise

Compétence opérationnelle:

d1: Traiter des demandes externes dans le cadre du travail journalier

Les médiaticiens répondent à diverses demandes qui surviennent, de la part de clients et partenaires, de manière ciblée, efficiente et bienveillante.

À travers divers moyens de communications – par écrit, au téléphone, en-face ou par le réseau social – ils réceptionnent des demandes de clients ou partenaires. Les demandes sont souvent en lien avec des projets en cours, mais peuvent aussi généralement avoir un lien avec un produit et prestation de service de l'entreprise. Les médiaticiens évaluent d'abord la demande concrète des clients et partenaires. Ensuite, ils transmettent la demande vers le service concerné ou répondent directement eux-mêmes. A cet effet, ils mettent chaque fois en œuvre le moyen de communication approprié et veillent à une formulation bienveillante et estimable. Les informations pertinentes sont documentées et transférées au service concerné ou clôturent le processus selon les directives de l'entreprise. Ils sont capables de donner des renseignements par écrit et par oral dans une deuxième langue nationale et en anglais.

Pratique professionnelle	Contrôle des objectifs	Ecole professionnelle	Cours interentreprises
---------------------------------	-------------------------------	------------------------------	-------------------------------

	Taxonomie	Expliqué	Exercé	Autonome	
Les médiamaticiens...					
d1.1: clarifient les demandes de clients et partenaires rapidement et avec bienveillance.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CBE: Communication d'entreprise
d1.2: répondent aux demandes des clients et partenaires de manière professionnelle et orienté prestation de service (par écrit et par oral).	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CBE: Communication d'entreprise
d1.3: verbalisent les informations pertinentes de leurs entretiens avec les clients.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CBE: Communication d'entreprise
d1.4: transfèrent les demandes de clients et partenaires vers le service concerné dans l'entreprise.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CBE: Communication d'entreprise
d1.5: clôturent un processus de demandes selon les directives de l'entreprise.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
d1.6: répondent aux questions des clients et partenaires dans une deuxième langue nationale par écrit et par oral.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CBE: 2 ^e . langue nationale CBE: Communication d'entreprise
d1.7: répondent aux questions des clients et partenaires en anglais par écrit et par oral.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CBE: Anglais CBE: Communication d'entreprise

Compétence opérationnelle:

d2: Organiser et animer des réunions et des évènements

Les médiamaticiens organisent des réunions et évènements internes comme externes, et animent ceux-ci.

D'abord, ils définissent le cercle de participants et coordonnent le rendez-vous. Ils éditent l'invitation avec le programme avec toutes les informations nécessaires, puis envoient celle-ci. Ensuite, ils clarifient l'infrastructure nécessaire, la technique comme aussi la possibilité de ravitaillement, et réservent les prestations de service y relatives. Ils se préparent personnellement en vue de la séance ou l'évènement, en rédigeant un ordre du jour détaillé. Ils animent la réunions ou l'évènement de manière compétente et mettent en œuvre des outils appropriés, comme par exemple un projecteur, un flip chart ou un tableau blanc. Ils veillent à respecter la gestion du temps et à atteindre les objectifs. Après la réunion ou l'évènement, ils documentent/enregistrent les résultats dans une forme appropriée, par ex. un rapport classique, un procès-verbal photographié, ou avec l'aide d'enregistrements audios/visuels. Finalement, ils informent les participants des résultats obtenus et les mettent à disposition.

Pratique professionnelle	Contrôle des objectifs	Ecole professionnelle	Cours interentreprises
---------------------------------	-------------------------------	------------------------------	-------------------------------

	Taxonomie	Expliqué	Exercé	Autonome	
Les médiamaticiens...					
d2.1: fixent le cercle de participants et le rendez-vous pour une réunion ou un évènement.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CBE: Communication d'entreprise
d2.2: éditent une invitation avec le programme et autres informations importantes (par ex. lieu, heure, les bases).	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CBE: Communication d'entreprise
d2.3: organisent l'infrastructure nécessaire, la technique et le ravitaillement assez tôt et de manière fiable.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CBE: Communication d'entreprise
d2.4: élaborent un ordre du jour détaillé pour la réunion ou l'évènement.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CBE: Communication d'entreprise
d2.5: animent une réunion ou un évènement orienté objectif et de manière efficiente.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CBE: Communication d'entreprise
d2.6: verbalisent les résultats obtenus dans une forme appropriée (un rapport, un procès-verbal photographié, ou avec l'aide d'enregistrements audios/visuels).	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CBE: Communication d'entreprise
d2.7: informent les participants rapidement des résultats obtenus.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CBE: Communication d'entreprise
d2.8: animent une réunion simple en anglais.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CBE: Anglais CBE: Communication d'entreprise

Compétence opérationnelle:

d3: Etablir des offres et des factures pour des mandats de clients

Les médiamaticiens établissent des offres et des factures, pour les demandes des clients, de manière autonome ou selon les instructions du supérieur.

Dans une première étape, ils réunissent toutes les informations et données nécessaires pour réaliser une offre. Selon besoins, par ex. si la demande du service souhaité n'est pas assez claire, ils s'informent auprès du mandant. Ils établissent l'offre selon les modèles de l'entreprise et prennent soin d'appliquer les listes de prix actuels et autres directives. Ils documentent le contenu et l'étendue des services, et calculent les coûts. Au besoin, ils en discutent avec leurs collègues de travail ou le supérieur. Ils finalisent l'offre et vérifient encore une fois rigoureusement le contenu et la forme.

Si un mandat est terminé, ils préparent la facture pour le mandant. A cet effet, ils se servent de l'offre établie et la saisie du décompte des heures. Ils établissent la facture selon les modèles de l'entreprise et transfèrent les informations de facturation au service de comptabilité.

Pratique professionnelle	Contrôle des objectifs	Ecole professionnelle	Cours interentreprises
---------------------------------	-------------------------------	------------------------------	-------------------------------

Les médiaticiens...	Taxonomie	Expliqué	Exercé	Autonome	
d3.1: collectent intégralement toutes les données et informations nécessaires pour une offre.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	283 Etablir et vérifier des offres conformément au droit
d3.2: documentent le contenu et l'étendue des services sur la base des modèles et moyens d'aide de l'entreprise.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
d3.3: finalisent correctement une offre du point de vue contenu et formel.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	283 Etablir et vérifier des offres conformément au droit 284 Calculer l'apport de prestations et dérouler le processus de paiement CBE: Communication d'entreprise
d3.4: calculent les dépenses effectives selon les heures saisies.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	284 Calculer l'apport de prestations et dérouler le processus de paiement 285 Analyser la clôture annuelle et exécuter les calculs de rentabilité
d3.5: élaborent correctement une facture du point de vue contenu et formel.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	284 Calculer l'apport de prestations et dérouler le processus de paiement CBE: Communication d'entreprise
d3.6: transfèrent les informations de facturation au service de comptabilité.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	284 Calculer l'apport de prestations et dérouler le processus de paiement 285 Analyser la clôture annuelle et exécuter les calculs de rentabilité

Domaine de compétences opérationnelles e: Mise en œuvre de technologies de l'information et de la communication (ICT)

Compétence opérationnelle:

e1: Installer et utiliser ses propres outils de travail ICT

Les médiaticiens installent leurs instruments de travail de manière autonome et les utilisent correctement.

Les médiaticiens ont un savoir technique de base bien fondé. Selon les divers mandats, ils travaillent avec différents appareils (par ex. PC, Mac, NAS, caméra, microphone). Ils connectent ensemble (avec des câbles ou avec des solutions sans-fil) les différents appareils ICT, d'enregistrement ou mobile, et les mettent en service. Ensuite, ils vérifient les capacités fonctionnelles et s'assurent que les appareils et logiciels ont la dernière mise à jour installée. Au besoin, ils installent les dernières mises à jour (mise à jour des logiciels, des pilotes, des logiciels de l'entreprise, etc.). Ils sont sensibilisés sur l'aspect de sécurité lorsqu'ils mettent en œuvre les instruments ICT (par ex. antivirus, réglementation des mots de passe, protection des données, chiffrement) et appliquent les mesures nécessaires selon les directives de l'entreprise. Ils installent et configurent les logiciels d'applications selon les besoins individuels

et des contraintes matérielles (capacité mémoire, capacité disque dur ou SSD). En vue de la collaboration, ils configurent une plateforme de travail de groupe commune et relative à un projet (par ex. prestations simples de cloud). Ils assurent et exécutent de manière autonome la sécurité des données (backup) de leurs projets.

Pratique professionnelle	Contrôle des objectifs			Ecole professionnelle	Cours interentreprises
	Taxonomie	Expliqué	Exercé		
Les médiaticiens ...					
e1.1: relie différents appareils (par ex. PC-caméra) avec l'aide de câbles appropriés, adaptateurs ou de connexions sans fil.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	286: Installer et utiliser ses propres instruments de travail ICT
e1.2: mettent en service des appareils ICT, d'enregistrements et mobiles. Gestion des fichiers et répertoires.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	286: Installer et utiliser ses propres instruments de travail ICT
e1.3: vérifient que les appareils disposent des dernières mise à jour et les installent si nécessaire.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	286: Installer et utiliser ses propres instruments de travail ICT
e1.4: évaluent correctement les données de clients et de l'environnement ICT du point de vue des aspects de sécurité et appliquent les mesures nécessaires selon les directives de l'entreprise.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	286: Installer et utiliser ses propres instruments de travail ICT
e1.5: installent des logiciels d'applications correctement (par ex. anti-virus) et les configurent selon les besoins individuels.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	286: Installer et utiliser ses propres instruments de travail ICT
e1.6: configurent des plateformes de collaboration et des services de cloud élémentaires relatifs au projet.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	286: Installer et utiliser ses propres instruments de travail ICT
e1.7: exécutent de manière autonome des sauvegardes de données (backup) de leurs projets.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	286: Installer et utiliser ses propres instruments de travail ICT
e1.8: mettent en œuvre efficacement leurs appareils du point de vue énergie et ressources.					

Compétence opérationnelle:
e2: Concevoir des sites Internet

Les médiaticiens réalisent des sites Internet statiques ou des applications web selon les souhaits du client.

Ils mettent en œuvre des grilles de pages avec html et CSS qui sont correcte du point de vue syntaxique et sémantique. A cet effet, ils veillent à la compatibilité des navigateurs d'Internet, à la représentation indépendante des appareils (responsive design) et l'accessibilité des personnes handicapées. Ils intègrent de manière optimale des bibliothèques, des Frameworks, ainsi que des éléments graphiques. Avec l'aide de validateurs (par ex. W3C) ils vérifient la qualité technique de leur site Internet. Selon les souhaits des clients, ils installent un système de gestion des contenus (CMS). Avant de

remettre le produit au client, ils testent si le site Internet fonctionne de manière irréprochable (test des navigateurs, liens, etc.). Ils vérifient leur travail en considérant l'aspect convivial et l'exhaustivité des besoins du client. À la fin ils publient le site Internet, ou le remettent au client.

Pratique professionnelle	Taxonomie	Contrôle des objectifs			Ecole professionnelle	Cours interentreprises
		Expliqué	Exercé	Autonome		
Les médiamaticiens ...						
e2.1: mettent en œuvre des grilles de pages avec html et CSS correctement du point de vue syntaxique, sémantique et accessibilité aux personnes handicapées.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	287 Créer des sites web avec le CSS	101 Réaliser et publier un site web
e2.2: intègrent des bibliothèques et Frameworks.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	287 Créer des sites web avec le CSS	
e2.3: intègrent des éléments graphiques correctement du point de vue professionnel.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		101 Réaliser et publier un site web
e2.4: installent et configurent un système de gestion des contenus courant selon les souhaits clients.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
e2.5: vérifient la qualité des fichiers html et CSS avec l'aide de validateurs (par ex. W3C).	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		101 Réaliser et publier un site web
e2.6: exécutent des test de navigateurs.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	287 Créer des sites web avec le CSS	101 Réaliser et publier un site web
e2.7: vérifient le produit final en considérant la convivialité et l'unanimité des souhaits du client.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		101 Réaliser et publier un site web

Compétence opérationnelle:

e3: Ajouter aux sites Internet des composants interactifs côté clients

Les médiamaticiens développent et implémentent des composants interactifs simples pour des pages Internet existantes.

Avec le langage script (JavaScript), ils étendent les applications web côté clients. Ils écrivent des scripts pour, par ex. afficher les lieux, contrôler les saisies d'utilisateurs ou pour réagir sur des activités d'utilisateurs et leurs événements (clics de souris, etc.). Avec le JavaScript natif ou des bibliothèques de JavaScript, ils font des recherches sur les pages html, affichent ou modifient celles-ci (manipulation-DOM). Ils utilisent des services et capteurs externes sur des API disponibles et échangent des données. Ils veillent aux aspects importants de la sécurité et mettent en œuvre des mesures afin de restreindre les risques de danger possibles lors de l'exécution de programmes JavaScript (par ex. Same-Origin-Policy).

Pratique professionnelle	Taxonomie	Contrôle des objectifs			Ecole professionnelle	Cours interentreprises
		Expliqué	Exercé	Autonome		
Les médiaticiens...						
e3.1: mettent en œuvre de manière efficace différentes procédures de validation des saisies d'utilisateurs.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	288 Utilisation des techniques de programmation dans le Frontend Web	
e3.2: recherchent et modifient des pages html (DOM) avec JavaScript natif ou des bibliothèque de JavaScript.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	288 Utilisation des techniques de programmation dans le Frontend Web	
e3.3: élaborent des scripts pour réagir à des activités d'utilisateurs, comme la saisie de formulaires ou des événements.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	288 Utilisation des techniques de programmation dans le Frontend Web	
e3.4: modifient la structure html ou la définition CSS d'une page Internet basée sur un événement.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	288 Utilisation des techniques de programmation dans le Frontend Web	
e3.5: intègrent des services/capteurs externes sur l'API JavaScript et échangent des données en arrière-plan.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	291 Développer des interfaces (UI) avec des technologies du web	
e3.6: mettent en œuvre des mesures de sécurité lors des applications de scripts côté client (par ex. Same-Origin-Policy).	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	291 Développer des interfaces (UI) avec des technologies du web	

Compétence opérationnelle:

e4: Sélectionner et traiter des données sur un serveur

Les médiaticiens sélectionnent des données sur un serveur et visualisent les données traitées sur une page Internet.

En se basant sur un modèle de données, ils représentent des faits élémentaires d'une base de données. Ils sélectionnent des données dans une base de données, les traitent au besoin, (le cas échéant, au moyen de calculs) et représentent les données sur une page Internet (par ex. articles d'un e-commerce). Par le biais d'un formulaire, ils intègrent des données dans une base de données (par ex. le panier de courses) ou actualisent ces dernières. Ils assurent la plausibilité des données côté serveur afin de garantir que celles-ci puissent être traitées ultérieurement et pour exclure les risques d'attaques. Si un CMS est utilisé, ils modifient les templates et placent les données souhaitées dans la bonne position.

Pratique professionnelle	Contrôle des objectifs	Ecole professionnelle	Cours interentreprises

Les médiamaticiens...	Taxonomie	Expliqué	Exercé	Autonome		
e4.1: mettent en œuvre dans une base de données un modèle prescrit de données.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	290 Interroger et modifier des bases de données	289 Mettre en œuvre et exploiter un CMS
e4.2: sélectionnent des données d'une base de données, les conditionnent et représentent celles-ci sur une page Internet.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	290 Interroger et modifier des bases de données	
e4.3: intègrent des données dans une base de données à l'aide d'un formulaire web.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	307 Réaliser des pages Web interactives avec formulaire	
e4.4: modifient un template d'un CMS de manière autonome.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		289 Mettre en œuvre et exploiter un CMS
e4.5: mettent en œuvre, de manière effective, des procédures de validation des saisies d'utilisateurs	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	307 Réaliser des pages Web interactives avec formulaire	289 Mettre en œuvre et exploiter un CMS
e4.6: mettent en œuvre des aspects importants de sécurité dans le code programme côté serveur.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	307 Réaliser des pages Web interactives avec formulaire	289 Mettre en œuvre et exploiter un CMS

Domaine de compétences opérationnelles f: Exécution de projets de faible ampleur

Compétence opérationnelle :

f1: Clarifier les besoins du client

Au début d'un mandat, les médiamaticiens clarifient les besoins du client de manière rigoureuse et fiable.

Si les médiamaticiens reçoivent un nouveau mandat, ils analysent celui-ci en premier lieu, afin de se faire une idée concrète du produit souhaité à développer. Au besoin, ils font des recherches. Ils se préparent à un premier entretien avec le client, en documentant les objectifs et les questions ouvertes. Durant l'entretien – en général lors d'une réunion – ils clarifient les besoins et demandes du client. Ils écoutent attentivement et avec intérêt. S'il y a des aspects qui ne sont pas clairs, ils posent des questions ciblées. Ils veillent à ce que toutes les questions ouvertes, relatives aux objectifs, volume, délais et coûts, aient pu être résolues. Après la réunion, ils verbalisent sous forme d'un procès-verbal tous les points importants et le mettent à disposition du client.

Pratique professionnelle

Contrôle
des objec-
tifs

Ecole professionnelle

Cours interentreprises

Les médiamaticiens...	Taxonomie	Expliqué	Exercé	Autonome		
f1.1: analysent le mandat sur la base de recherche structurée.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Réaliser de petits projets dans son propre environnement professionnel 431 Exécuter des mandats de manière autonome dans son propre environnement professionnel	276 Etablir des médias pour une action de marketing
f1.2: documentent les objectifs et les questions ouvertes lors du premier entretien avec le client.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Réaliser de petits projets dans son propre environnement professionnel 431 Exécuter des mandats de manière autonome dans son propre environnement professionnel	276 Etablir des médias pour une action de marketing
f1.3: évaluent les besoins et demandes du client à l'aide de techniques appropriées d'entretien.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Réaliser de petits projets dans son propre environnement professionnel 431 Exécuter des mandats de manière autonome dans son propre environnement professionnel	276 Etablir des médias pour une action de marketing
f1.4: clarifient les aspects importants avec le client de manière bienveillante et orienté vers les objectifs (par ex. objectifs, volume, planification des délais, coûts).	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Réaliser de petits projets dans son propre environnement professionnel 431 Exécuter des mandats de manière autonome dans son propre environnement professionnel	276 Etablir des médias pour une action de marketing
f1.5: saisissent les résultats du premier entretien sous forme d'un procès-verbal qui est compréhensible.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Réaliser de petits projets dans son propre environnement professionnel 431 Exécuter des mandats de manière autonome dans son propre environnement professionnel	276 Etablir des médias pour une action de marketing

Compétence opérationnelle:

f2: Élaborer la planification du projet

Les médiamaticiens élaborent, pour leurs projets, une planification claire et réaliste avec toutes les données importantes.

Sur base du premier entretien avec le client, ils déduisent les buts du projet et élaborent une planification du calendrier et des tâches à faire. Dans celle-ci, ils saisissent les différentes étapes des travaux avec les délais y relatifs et les jalons significatifs. Ils mettent en œuvre les modèles imposés par l'entreprise, les outils de gestion de projet et les checklists. Le défi particulier est d'estimer les temps nécessaires de manière réaliste. Dans une étape ultérieure, ils définissent les détails du projet : ils clarifient les ressources internes, et quand la collaboration ponctuelle d'un collègue sera nécessaire. De

plus ils définissent les ressources matérielles, comme par ex. les matériels et logiciels à utiliser ou des outils de travail supplémentaires pour la réalisation du projet. Dès que la confirmation du mandat est concrète, ils réservent définitivement les ressources en personnels et matériels. Selon besoin, ils clarifient les détails avec le client. À chaque étape de travail, ils veillent à l'exactitude du déroulement du travail et à une communication précise.

Pratique professionnelle	Taxonomie	Contrôle des objectifs			Ecole professionnelle	Cours interentreprises
		Expliqué	Exercé	Autonome		
Les médiamaticiens ...						
f2.1 définissent des objectifs spécifiques, mesurables, acceptables, réalisables et délais.	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Réaliser de petits projets dans son propre environnement professionnel 431 Exécuter des mandats de manière autonome dans son propre environnement	276 Etablir des médias pour une action de marketing
f2.2: élaborent, avec l'aide d'instruments de l'entreprise, une planification des tâches et de temps réaliste et clair.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Réaliser de petits projets dans son propre environnement professionnel	276 Etablir des médias pour une action de marketing
f2.3: posent des jalons judicieux pour contrôler l'avancement du projet.	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Réaliser de petits projets dans son propre environnement professionnel	276 Etablir des médias pour une action de marketing
f2.4: définissent des ressources de personnelles et matérielles de manière précise et compréhensible.	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Réaliser de petits projets dans son propre environnement professionnel	276 Etablir des médias pour une action de marketing
f2.5: réservent des ressources en personnels et matérielles, selon les processus de l'entreprise.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Réaliser de petits projets dans son propre environnement professionnel	276 Etablir des médias pour une action de marketing
f2.6: clarifient avec le client les points ouverts de la planification du projet.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Réaliser de petits projets dans son propre environnement professionnel 431 Exécuter des mandats de manière autonome dans son propre environnement professionnel	276 Etablir des médias pour une action de marketing

Compétence opérationnelle:
f3: Assurer le suivi du projet

Les médiamaticiens vérifient continuellement durant un projet, s'ils sont sur la bonne voie concernant les objectifs, le calendrier, les coûts et la qualité du produit.

Par intervalles réguliers, ils comparent leur planification (situation prévue) avec les résultats actuels du projet et documentent ceux-ci. S'il y a des différences, ils prennent les mesures appropriées aussi rapidement que possible. Par exemple ils organisent des ressources supplémentaires de personnes afin de remettre le projet dans les délais. Ils informent le client régulièrement de l'état d'avancement du projet et discutent des problèmes éventuels ou corrections possibles. De plus, ils répondent aux nouvelles demandes et besoins du client de manière constructive. Ils proposent des voies et des alternatives de solutions. En même temps, ils démontrent comment les modifications auront des répercussions sur la planification et les coûts du projet. Pour éliminer les malentendus, ils documentent chaque modification et informent toutes les personnes impliquées.

Pratique professionnelle	Contrôle des objectifs			Ecole professionnelle	Cours interentreprises
	Taxonomie	Expliqué	Exercé		
Les médiaticiens...					
f3.1: comparent régulièrement la situation prévue avec la situation actuelle du projet relative aux objectifs, temps, coûts et qualité du produit.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Réaliser de petits projets dans son propre environnement professionnel 276 Etablir des médias pour une action de marketing
f3.2: prennent les mesures appropriées afin de pouvoir respecter les objectifs, le temps, les coûts et la qualité de produit.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Réaliser de petits projets dans son propre environnement professionnel 276 Etablir des médias pour une action de marketing
f3.3: expliquent au client l'état du projet actuel et soumettent les mesures de corrections nécessaires.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Réaliser de petits projets dans son propre environnement professionnel 431 Exécuter des mandats de manière autonome dans son propre environnement professionnel 276 Etablir des médias pour une action de marketing
f3.4: proposent au client, selon ses souhaits de modifications, des voies et alternatives solutions.	5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Réaliser de petits projets dans son propre environnement professionnel 431 Exécuter des mandats de manière autonome dans son propre environnement professionnel 276 Etablir des médias pour une action de marketing
f3.5: documentent les modifications dans la planification de projet et informent toutes les personnes impliquées.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Réaliser de petits projets dans son propre environnement professionnel 431 Exécuter des mandats de manière autonome dans son propre environnement professionnel 276 Etablir des médias pour une action de marketing

Compétence opérationnelle:

f4: Procéder à la livraison du produit au client et clore le projet

Les médiamaticiens remettent le produit au client et clôturent le projet complètement documenté.

Lors de la clôture du projet, ils vérifient encore une fois, si le produit correspond aux exigences de qualité selon le mandat. Ils exécutent des tests et s'assurent que tout fonctionne de manière correcte. Ils verbalisent toutes les données importantes dans la documentation du projet et clôturent celui-ci. Ils livrent au client la version finale du produit. Si souhaité, ils donnent une formation ou une instruction. Ils veillent à une présentation professionnelle et acceptent aussi des retours critiques de la part du client.

À l'interne, ils clôturent le projet dans le cadre d'une conférence. Les connaissances acquises (par ex. les leçons apprises) sont documentées, afin de les rendre utilisables pour de futurs projets ainsi que pour le développement futur des produits. Dans le cadre d'une auto-évaluation, ils en tirent finalement un bilan de leur propre déroulement et leur propre comportement lors du projet.

Pratique professionnelle	Taxonomie	Contrôle des objectifs			Ecole professionnelle	Cours interentreprises
		Expliqué	Exercé	Autonome		
Les médiamaticiens...						
f4.1: vérifient la qualité du produit selon les exigences définies.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Réaliser de petits projets dans son propre environnement professionnel	276 Etablir des médias pour une action de marketing
f4.2: mènent une documentation de projet claire et complète	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	306 Réaliser de petits projets dans son propre environnement professionnel	276 Etablir des médias pour une action de marketing
f4.3: remettent au client la version définitive du produit sous une forme appropriée.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	431 Exécuter des mandats de manière autonome dans son propre environnement professionnel	276 Etablir des médias pour une action de marketing
f4.4: donnent des cours d'utilisation du produit au client.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	213 Développer l'esprit d'équipe	276 Etablir des médias pour une action de marketing
f4.5: acceptent des retours critiques du client.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	213 Développer l'esprit d'équipe	276 Etablir des médias pour une action de marketing
f4.6: font une conférence en équipe sur le projet.	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	213 Développer l'esprit d'équipe	276 Etablir des médias pour une action de marketing
f4.7: documentent les résultats du projet par écrit et de manière fondée (leçons apprises).	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	213 Développer l'esprit d'équipe	276 Etablir des médias pour une action de marketing
f4.8: reflètent leurs forces et faiblesses dans le projet et les documentent sous une forme appropriée.	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	213 Développer l'esprit d'équipe	276 Etablir des médias pour une action de marketing

5. Aperçu des modules des cours dans la formation scolaire et des cours interentreprises

4e année

275
Elaborer et présenter des projets de maquettes

282
Evaluer les chiffres clés du marketing et préparer les contenus pour la communication opérationnelle

3e année

268
Produire des films numériques

281
Constituer et administrer des canaux de médias sociaux

291
Développer des interfaces (UI) avec des technologies du web

267
Produire des enregistrements audios numériques

274
Préparer et distribuer des données d'impression

280
Concevoir des produits analogiques et numériques de marketing

285
Analyser la clôture annuelle et exécuter les calculs de rentabilité

290
Interroger et modifier des bases de données

306
Réaliser de petits projets dans son propre environnement professionnel

276
Etablir des médias pour une action de marketing

2e année

279
Développer et présenter un concept de marketing

307
Réaliser des pages Web interactives avec formulaire

289
Mettre en œuvre et exploiter un CMS

266
Produire des animations numériques

273
Appliquer des maquettes

278
Analyser le marché et en déduire les objectifs stratégiques

284
Calculer l'apport de prestations et dérouler le processus de paiement

288
Utilisation des techniques de programmation dans le Frontend Web

431
Exécuter des mandats de manière autonome dans son propre environnement professionnel

269
Réaliser un projet de photographies

1ere année

265
Produire des photographies numériques

271
Elaborer des données vectorielles et traiter des images

287
Créer des sites web avec le CSS

272
Développer et mettre en œuvre des produits d'impression

264
Préparer des productions de médias numériques

270
Déterminer et appliquer les couleurs et typographie

283
Etablir et vérifier des offres conformément au droit

286
Installer et utiliser ses propres instruments de travail ICT

213
Développer le travail en équipe

101
Réaliser et publier un site Web

Modules des cours dans la formation scolaire 27 Modules à 40 unités

Modules des cours interentreprises 5 Modules à 5 jours

6. Compétences de base élargies

L'enseignement dans le domaine d'enseignement «compétences de base élargies» comprend 560 périodes d'enseignement. Les thèmes suivants : communication d'entreprise: 120 périodes, langage spécialisé du marketing: 80 périodes; deuxième langue nationale: 160 périodes; anglais: 200 périodes

Pour chaque thème, les contenus et nombres de périodes d'enseignement suivants sont proposés:

6.1 communication d'entreprise:

Année d'apprentissage	CO plan de formation	Objectifs évaluateurs	Périodes
1e et 2e année	d1, d2, d3	<ul style="list-style-type: none"> Clarifier rapidement et convivialement les préoccupations des clients ou partenaires. Répondre de manière professionnelle correcte et orienté prestations de services aux questions des clients ou partenaires (par écrit ou oralement). Saisir par écrit les informations importantes issues des conversations avec les clients. Fixer le cercle des participants et les dates pour une séance ou un événement. Editer une invitation avec le programme et autres données importantes (par ex. horaire, lieu, sujet). Organiser à temps et de manière fiable, l'infrastructure nécessaire, du point de vue technique et ravitaillement. Elaborer une planification détaillée en temps et déroulement pour une séance ou un événement. Animer une séance ou un modeste événement de manière ciblée et efficace. Verbaliser les résultats d'une séance ou d'un événement dans un format approprié clair et structuré (par ex. procès-verbal, photos, enregistrements audio ou vidéo). Informers dans les meilleurs délais les participants de la séance sur les résultats. Finaliser une offre du point de vue contenu et formellement correcte. Elaborer une facture du point de vue contenu et formellement correcte. 	40 et 40
4. année	d1, d2, d3		40

6.2 langage spécialisé du marketing:

Année d'apprentissage	CO plan de formation	Objectifs évaluateurs	Périodes
2. année	c2, c3, c4	<ul style="list-style-type: none"> Elaborer des textes pour des moyens analogiques de publicité. Elaborer des textes pour des moyens numériques de publicité. Appliquer les principes de la convivialité (UX/UI) sur des sites web. Elaborer des textes pour des sites web et des pages d'accueil. 	40

3. année	c3, c4, c5	<ul style="list-style-type: none"> • Diffuser des contenus sur des plateformes de médias sociaux appropriés. • Orienter des contenus sur des moteurs de recherches. • Editer un texte orienté sur le public cible, significatif et clairement structuré pour la communication d'entreprise. • Communiquer professionnellement des contenus et moyens de publicité sur diverses plateformes. • Exploiter des mesures selon ICP (indicateurs clés de performance) et optimiser celles-ci. 	40
----------	------------	--	----

6.3 deuxième langue nationale

Année d'apprentissage	CO plan de formation	Objectifs évaluateurs	Périodes
1. année	c4, d1	<ul style="list-style-type: none"> • Répondre oralement ou par écrit aux questions des clients ou partenaires dans une deuxième langue nationale. • Editer un texte bref et simple dans une deuxième langue nationale pour la communication en entreprise. 	80
2. année	d1, c5	<ul style="list-style-type: none"> • Répondre oralement ou par écrit aux questions des clients ou partenaires dans une deuxième langue nationale. • Publier et répondre aux contributions dans une deuxième langue nationale. 	80

6.4 Anglais

Année d'apprentissage	CO plan de formation	Objectifs évaluateurs	Périodes
1. année	d1	<ul style="list-style-type: none"> • Répondre oralement ou par écrit aux questions des clients ou partenaires dans une deuxième langue nationale 	40
2. année	c4, d1	<ul style="list-style-type: none"> • Répondre oralement ou par écrit aux questions des clients ou partenaires dans une deuxième langue nationale. • Editer en anglais un texte bref et simple pour la communication en entreprise. 	40
3. année	c4, c5, d1, d2	<ul style="list-style-type: none"> • Répondre oralement ou par écrit aux questions des clients ou partenaires dans une deuxième langue nationale. • Editer en anglais un texte bref et simple pour la communication en entreprise. • Publier et répondre aux contributions en anglais. • Animer en anglais une simple séance. 	80
4. année	c5, d2	<ul style="list-style-type: none"> • Publier et répondre aux contributions en anglais. • Animer en anglais une simple séance. 	40

Élaboration

Le plan de formation a été élaboré par ICT-Formation professionnelle Suisse signataire ci-dessous. Il se réfère à l'ordonnance du SEFRI du 25 octobre 2018 sur la formation professionnelle initiale de médiaticienne / médiaticien avec certificat fédéral de capacité (CFC).

Berne, le 10 octobre 2018

ICT-Formation professionnelle Suisse
Le président

Le directeur

Andreas Kaelin

Serge Frech

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

Berne, le 25 octobre 2018

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

Rémy Hübschi

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

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

Documents	Source
Ordonnance du SEFRI sur la formation professionnelle initiale de médiaticienne CFC / médiaticien CFC	<i>Version électronique</i> Secrétariat d'Etat à la formation, à la recherche et à l'innovation (www.bvz.admin.ch > Professions A-Z) <i>Version papier</i> Office fédéral des constructions et de la logistique (www.bundespublikationen.admin.ch/fr.html)
Plan de formation relatif à l'ordonnance du SEFRI sur la formation professionnelle initiale de médiaticienne CFC / médiaticien CFC	ICT-Formation professionnelle Suisse www.ict-berufsbildung.ch
Dispositions d'exécution relatives à la procédure de qualification avec examen final (y compris une grille d'évaluation et éventuellement le dossier des prestations des cours interentreprises et/ou le dossier des prestations à la formation à la pratique professionnelle)	ICT-Formation professionnelle Suisse www.ict-berufsbildung.ch
Plan d'étude pour les écoles professionnelles	ICT-Formation professionnelle Suisse www.ict-berufsbildung.ch
Programme de formation pour les cours interentreprises	ICT-Formation professionnelle Suisse www.ict-berufsbildung.ch
Dispositions d'exécution pour la procédure de qualification avec validations des acquis de l'expérience	ICT-Formation professionnelle Suisse www.ict-berufsbildung.ch
Documentation sur la formation professionnelle initiale	ICT-Formation professionnelle Suisse www.ict-berufsbildung.ch
Rapport de formation	Modèle SDBB CSFO http://www.oda.berufsbildung.ch/dyn/19245.aspx
Règlement de la Commission suisse pour le développement professionnel et la qualité	ICT-Formation professionnelle Suisse www.ict-berufsbildung.ch

Annexe 2: Référence de la CO en regard du titre de module

No. du module	Titre du module	Référence de la CO	année
264	Préparer des productions de médias numériques	a1, a2, a3, a4	1
265	Produire des photographies numériques	a1, a2, a3, a4, b1, b2	1
266	Produire des animations numériques	a1, a3, a4, b1, c5	2
267	Produire des enregistrements audios numériques	a1, a2, a3, a4	3
268	Produire des films numériques	a1, a2, a3, a4	3
269	<i>*Réaliser un projet de photographies</i>	a1, a2, a3, a4	2
270	Déterminer et appliquer les couleurs et typographie	b1, b2, b3	1
271	Elaborer des données vectorielles et traiter des images	b2, b3	1
273	Appliquer des maquettes	b1, b3	2
274	Préparer et distribuer des données d'impression	b4	3
275	Elaborer et présenter des projets de maquettes	b1, b3	4
272	<i>*Développer et mettre en œuvre des produits d'impression</i>	b1, b2, b3	1
276	<i>*Etablir des médias pour une action de marketing</i>	a1, b1, b2, c1, c2, c3, c4, c5, f1, f2, f3, f4	3
278	Analyser le marché et en déduire les objectifs stratégiques	c1	2
279	Développer et présenter un concept de marketing	c1	2
280	Concevoir des produits analogiques et numériques de marketing	c2, c3	3
281	Constituer et administrer des canaux de médias sociaux	c5	3
282	Evaluer les chiffres clés du marketing et préparer les contenus pour la communication opérationnelle	c3, c4, c5	4
283	Etablir et vérifier des offres conformément au droit	a1, d3	1
284	Calculer l'apport de prestations et dérouler le processus de paiement	d3	2
285	Analyser la clôture annuelle et exécuter les calculs de rentabilité	d3	3
286	Installer et utiliser ses propres instruments de travail ICT	e1	1
287	Créer des sites web avec le CSS	e2	1
288	Utilisation des techniques de programmation dans le Frontend Web	e3	2
291	Développer des interfaces (UI) avec des technologies du web	e3	3
290	Interroger et modifier des bases de données	e4	3
307	Réaliser des pages Web interactives avec formulaire	e4	2
101	<i>*Réaliser et publier un site Web</i>	e2	1
289	<i>*Mettre en œuvre et exploiter un CMS</i>	e4	2
213	Développer le travail en équipe	f4	1
431	Exécuter des mandats de manière autonome dans son propre environnement professionnel	f1, f2, f3, f4	2
306	Réaliser de petits projets dans son propre environnement professionnel	f1, f2, f3, f4	3

* en italique = module des CIE