

Designer - manager de projet

RNCP34364 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	233n, 320v
Formacode(s)	45027, 45015, 46081
Code(s) ROME	H1204, E1104, B1101
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	16/12/2019
Date d'échéance	16/12/2024

Certificateur(s)

CONDE PARIS · SIRET : 42334912500033

ADE HOLDING · SIRET : 82450453400028

LES ECOLES DE CONDE · SIRET : 43272490400037

Partenaires habilités

25 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 23 à former et organiser l'évaluation et 2 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
ADE HOLDING	82450453400028	Former et organiser l'évaluation
ASSOCIATION POUR LE DEVELOPPEMENT DE L'ENSEIGNEMENT DANS LES FILIERES CREATIVES - ADEFC	92088719700019	Former
CONDE PARIS	42334912500033	Former et organiser l'évaluation
ECOLE DE CONDE	42334912500058	Former et organiser l'évaluation
ECOLE DE CONDE	42334912500066	Former et organiser l'évaluation
ECOLE DE CONDE	42334912500074	Former et organiser l'évaluation
ECOLE DE CONDE	42334912500082	Former et organiser l'évaluation
ECOLE DE CONDE	42334912500108	Former et organiser l'évaluation
ECOLE DE CONDE	42334912500124	Former et organiser l'évaluation
ECOLE DE CONDE	42334912500132	Former et organiser l'évaluation

Liste complète des 25 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp34364-designer-manager-de->

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Les professionnels du secteur ont constaté que le design voit sa place et son rôle fortement changer: en effet, le design «remonte » dans la chaîne de valeur et devient une variable de décision stratégique qui doit être intégrée depuis la phase de conception des produits ou des services en non en aval de cette conception. Par conséquent, la fonction design dans les entreprises est repensée et replacée dans l'organigramme en lien direct avec la direction générale.

C'est ainsi que les économies comme les organisations les plus dynamiques ont commencé à associer le design à la fonction d'innovation. Pour les entreprises, notamment, il s'agit de faire du design un vecteur important d'innovation donc de différenciation et de compétitivité. En complément, les organisations attendent des designers une capacité d'interaction renforcée entre :

- Les champs disciplinaires du design entre eux ;
- Le design et autres fonctions d'innovations ;
- Les designers et la stratégie des organisations avec lesquelles ils sont en lien.

Cette certification répond à des besoins de compétences alliant vision globale et stratégique du design, systématisation des compétences transversales et légitimité opérationnelle dans le domaine du design.

Le Designer-manager de projet est le plus souvent un cadre, indépendant ou intégré dans une organisation privée ou publique, industrielle ou commerciale ou encore dans une agence de design ou de communication. Il participe activement à la définition des stratégies d'innovation de l'organisation pour laquelle il agit. Il est en lien étroit avec la direction générale, la direction marketing, les bureaux d'études et d'ingénierie, les prestataires de conseil.

Responsable d'une équipe pluridisciplinaire, il gère les opérations et le processus de design, il établit les instructions de création et prend en charge la direction artistique. Il participe à l'élaboration des scénarios prospectifs, à la création et définition de concepts avec un souci particulier de recherche et d'innovation.

Il gère la mise en œuvre et la réalisation du projet, l'organise en développant une méthodologie appropriée au secteur d'activité de l'organisation. Il coordonne et participe à la mise en forme, au développement et à la mise au point des différents constituants du projet jusqu'à la fabrication et commercialisation du projet.

Lors des différentes phases de communication internes et externes, il est un vecteur essentiel de présentation et de promotion des projets de design. Sa démarche s'appuie sur un processus de conceptualisation et de création de solutions innovantes qui nécessite de donner une cohérence à l'ensemble des signes qu'une organisation (entreprise, institution, etc.) communique simultanément.

ACTIVITÉS VISÉES

Les activités sont regroupées dans quatre catégories :

1) Analyse du cahier des charges du client en vue de la rédaction d'une proposition

- Identification des tendances en matière de création, de design, d'innovation et de besoins
- Synthèse des données fournies par le client
- Enrichissement du cadre de référence de l'activité du designer

2) Élaboration de la stratégie de design et formulation de recommandations

- Réalisation de l'audit de la stratégie de design en lien avec la stratégie de l'organisation

- Définition d'une stratégie de design pertinente
- Conception et développement des projets en lien avec la stratégie de design choisie
- Présentation d'une recommandation au client

3) Management du processus de réalisation des projets de design

- Planification de la réalisation des solutions

retenues

- Coordination de la réalisation et animation de l'équipe

- Gestion des imprévus
- Mise en production

4) Gestion de la communication et valorisation des projets de design développés

- Évaluation de la performance des services de design sur le projet

- Mise en place du bilan du projet
- Communication à l'écrit et à l'oral
- Communication visuelle

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Bloc "Analyse du cahier des charges du client en vue de la rédaction d'une proposition"

C1.1 - Identifier les évolutions de long terme (évolutions culturelles, mutations technologiques, tendances socio-économiques, contexte environnemental, normes) pour apporter au client une réponse avant-gardiste et en phase avec l'avenir.

C1.2 Identifier les tendances de court terme (demande des consommateurs, tendances esthétiques, actualité de la création en design, arts plastiques, nouvelles gammes, nouveaux produits, nouveaux services, nouveaux concepts, nouvelles identités, évolutions artistiques et scientifiques, nouveaux outils de conception et de production avancés) pour apporter des solutions qui répondent aux besoins du présent et d'un futur proche.

C1.3 Développer des processus de veille en lien avec l'actualité de la création considérée dans un cadre étendu et pluridisciplinaire ; de l'innovation en design ; des modes, des tendances, des besoins ; des modes de communication et des média pour développer sa créativité au service des clients.

C1.4 Analyser le positionnement de l'organisation ou du projet et synthétiser les données fournies par le client (identité créative - valeurs - positionnement de marché - environnement concurrentiel) pour enrichir le cahier des charges initial du client.

C1.5 Intégrer les contraintes budgétaires, techniques ou environnementales pour correspondre au mieux aux besoins du client et remporter son adhésion au projet.

C1.6 Déterminer le positionnement stratégique de l'organisation ou du projet : ses forces, ses faiblesses, les opportunités et les menaces pour constituer un socle de travail exhaustif et objectif.

C1.7 Conduire un inventaire de l'ensemble des signes produits par l'organisation (typographies, logos, pictogrammes, charte globale et ses déclinaisons) et auditer leur cohérence globale pour constituer le cahier de conception.

C1.8 Choisir les bons matériaux, supports, canaux, outils, procédés... en fonction du type de design concerné par le projet (support papier, web, textile, plastique, bois...).

C1.9 Développer des recherches créatives en lien avec le cahier des charges pour challenger le cahier des charges initial du client et proposer d'autres voies créatives.

C1.10 Établir des outils d'indexation des tendances observées pour faciliter la démarche créative et se constituer une base documentaire réutilisable dans le cadre d'autres projets.

Bloc "Élaboration de la stratégie de design et formulation de recommandations"

C2.1 Déterminer le positionnement stratégique de l'organisation pour adapter sa préconisation à l'ADN de marque, à son histoire, à ses cibles, à ses valeurs et ses spécificités, à son e-réputation.

C2.2 Identifier la ou les stratégies de design en place au sein d'une organisation pour comprendre l'existant et imaginer les pistes d'amélioration.

C2.3 Évaluer la cohérence entre la stratégie de design et la stratégie globale de l'organisation (notamment marketing) pour proposer un modèle vertueux où l'une sert l'autre.

C2.4 Collaborer avec le MOA pour concevoir un projet réaliste et réalisable techniquement.

C2.5 Comparer les éléments de design produits par l'organisation aux tendances identifiées lors de la veille (évolutions des normes, évolutions artistiques et scientifiques, contexte environnemental) pour préconiser des pistes de changement et de développement adaptées.

C2.6 Identifier le potentiel de changement de l'organisation par rapport aux orientations conseillées pour préparer son argumentation.

C2.7 Formuler une recommandation stratégique digitale et de communication pour soutenir la stratégie de design.

C2.8 Donner aux décideurs de l'organisation des critères de choix valides au regard des enjeux considérés pour favoriser une prise de décision éclairée et objectivée.

C2.9 Assister ces décideurs dans leur réflexion pour les rassurer sur le bienfondé de leurs choix et lever leurs doutes et freins.

C2.10 Produire des documents de synthèse au sujet des orientations choisies pour préparer la communication auprès des parties prenantes et remporter leur adhésion.

C2.11 Établir le cahier des charges créatif et fonctionnel de chacun des projets qui découle du cahier des charges initial du client pour proposer de nouvelles pistes, répondre aux besoins implicites et calibrer les délais, besoins en ressources et objectifs de chacun.

C2.12 Définir les ressources à mobiliser pour chacun des projets pour identifier les besoins internes et externes, et

les budgéter.

C2.13 Proposer des représentations qui intègrent les aspects sémantiques, symboliques, culturels et les procédés pour garantir la cohérence artistique générale.

C2.14 Transmettre les spécifications fonctionnelles et techniques aux parties prenantes (bureau d'étude, Direction générale, Direction marketing etc.) pour s'assurer de leur implication dans le projet.

C2.15 Défendre auprès des commanditaires les différentes propositions.

C2.16 Identifier les modes de représentation les plus efficaces (élaboration d'esquisses, roughs, storyboards, planches de tendances scénarii utilisateurs, wireframes, patrons, plans 3D...) pour convaincre le ou les décideurs.

C2.17 Élaborer les prototypes choisis pour leur pertinence pour soutenir le propos oral.

C2.18 Construire une argumentation pour favoriser un cheminement logique aboutissant naturellement à une prise de décision en sa faveur.

C2.19 Rédiger la recommandation stratégique et créative pour légitimer et rassurer le client dans son choix.

C2.20 Présenter la recommandation au client pour captiver son auditoire et le convaincre du bienfondé de ses partis-pris créatifs.

Bloc "Management du processus de réalisation des projets de design"

C3.1 Évaluer et allouer les ressources nécessaires à la bonne réalisation du projet pour garantir la maîtrise du budget.

C3.2 Sélectionner les équipes de créatifs internes et/ou externes : designers, graphistes, illustrateurs, photographes, webdesigner, architectes d'intérieurs, stylistes, modélistes, UX designers... pour s'entourer des meilleures compétences nécessaires au projet dans le respect du budget fixé.

C3.3 Assurer le bon déroulement du projet pour tenir les délais et anticiper les imprévus.

C3.4 Gérer les volets administratif, comptable et juridique du projet (droits d'auteurs, cession de droits) pour fluidifier et sécuriser les relations contractuelles.

C3.5 Recruter, former et évaluer les créatifs choisis pour optimiser la qualité du travail fourni par chacun.

C3.6 Encadrer, motiver et soutenir l'équipe pour favoriser la collaboration et l'implication individuelle au service du projet collectif.

C3.7 Planifier et organiser des réunions de pilotage régulières pour prévenir les dysfonctionnements, retards ou conflits.

C3.8 Communiquer sur le projet au sein de l'équipe et auprès de toutes les parties prenantes (services connexes, clients et fournisseurs) pour garantir la cohérence générale du projet.

C3.9 Identifier les risques relatifs aux changements de conditions intervenus pour anticiper les modifications d'équipe, de délais ou de budget.

C3.10 Analyser, vérifier les informations nécessaires à la résolution des problèmes pour proposer les meilleures alternatives.

C3.11 Identifier des scénarios de réalisation alternatifs pour garantir une atteinte des objectifs quelque soient les aléas rencontrés.

C3.12 Évaluer les tests réalisés pour s'assurer de leur fiabilité avant mise en production.

C3.13 Vérifier le respect du cahier des charges esthétique, fonctionnel ainsi que les coûts, les délais et les détails fonctionnels et techniques pour permettre une démarche d'amélioration continue et une communication régulière au client.

C3.14 Identifier et résoudre les éventuels problèmes rencontrés pour minimiser les retards de production.

Bloc "Gestion de la communication et valorisation des projets de design développés"

C4.1 Établir des critères d'évaluation pour mesurer de manière objective le niveau de réponse aux objectifs visés.

C4.2 Participer à la mesure de la création de valeur quantitative (économique et médiatique) et qualitative (image de marque ; affectio societatis ; capacité d'innovation de l'organisation ; etc.) pour identifier la valeur ajoutée de l'équipe et extraire les principaux arguments de vente à mettre en avant lors de prospection.

C4.3 Protéger la valeur des actifs immatériels créés pour sécuriser l'activité de la structure.

C4.4 Adopter un regard critique pour analyser les points forts et points faibles liés à la mise en œuvre du projet.

C4.5 Évaluer l'apport de chaque collaborateur pour prévoir l'avenir : récompenser et fidéliser, former, échanger.

C4.6 Identifier des pistes d'amélioration pour mettre en place les actions correctives sur le projet visé et pour améliorer les projets à venir.

C4.7 Argumenter sur les enjeux liés à chacun des projets pour convaincre le client ou de futurs clients de la réussite de l'action.

C4.8 Présenter un projet à un client et à ses pairs en utilisant le vocabulaire technique et professionnel adapté pour montrer une légitimité face aux parties prenantes.

- C4.9 Présenter une recommandation ou un projet de manière dynamique et interactive en mêlant plusieurs types de supports multimédias pour captiver un auditoire.
- C4.10 Rédiger les supports de communication complémentaires qui seront remis au client de manière professionnelle pour apporter un niveau de détail plus poussé et expliciter des concepts plus complexes.
- C4.11 Structurer ses argumentaires de manière cohérente et logique pour démontrer l'atteinte des objectifs au client ou aux futurs clients.
- C4.12 Communiquer en anglais à l'écrit comme à l'oral pour s'adapter à des clients ou des prestataires étrangers.
- C4.13 Utiliser les éléments fondamentaux de communication visuelle : typographie, charte graphique, etc. pour valoriser le fond du message.
- C4.14 Utiliser le dessin comme axe de communication visuelle privilégié pour amener l'auditoire vers son univers graphique et créatif.
- C4.15. Adapter les formats aux circonstances de communication pour s'adapter au public et au message à transmettre.

Blocs de compétences

RNCP34364BC01 — Analyse du cahier des charges du client en vue de la rédaction d'une proposition

LISTE DE COMPÉTENCES

- C1.1 - Identifier les évolutions de long terme (évolutions culturelles, mutations technologiques, tendances socio-économiques, contexte environnemental, normes) pour apporter au client une réponse avant-gardiste et en phase avec l'avenir.
- C1.2 Identifier les tendances de court terme (demande des consommateurs, tendances esthétiques, actualité de la création en design, arts plastiques, nouvelles gammes, nouveaux produits, nouveaux services, nouveaux concepts, nouvelles identités, évolutions artistiques et scientifiques, nouveaux outils de conception et de production avancés) pour apporter des solutions qui répondent aux besoins du présent et d'un futur proche.
- C1.3 Développer des processus de veille en lien avec l'actualité de la création considérée dans un cadre étendu et pluridisciplinaire ; de l'innovation en design ; des modes, des tendances, des besoins ; des modes de communication et des média pour développer sa créativité au service des clients.
- C1.4 Analyser le positionnement de l'organisation ou du projet et synthétiser les données fournies par le client (identité créative - valeurs - positionnement de marché - environnement concurrentiel) pour enrichir le cahier des charges initial du client.
- C1.5 Intégrer les contraintes budgétaires, techniques ou environnementales pour correspondre au mieux aux besoins du client et remporter son adhésion au projet.
- C1.6 Déterminer le positionnement stratégique de l'organisation ou du projet : ses forces, ses faiblesses, les opportunités et les menaces pour constituer un socle de travail exhaustif et objectif.
- C1.7 Conduire un inventaire de l'ensemble des signes produits par l'organisation (typographies, logos, pictogrammes, charte globale et ses déclinaisons) et auditer leur cohérence globale pour constituer le cahier de conception.
- C1.8 Choisir les bons matériaux, supports, canaux, outils, procédés... en fonction du type de design concerné par le projet (support papier, web, textile, plastique, bois...).
- C1.9 Développer des recherches créatives en lien avec le cahier des charges pour challenger le cahier des charges initial du client et proposer d'autres voies créatives.
- C1.10 Établir des outils d'indexation des tendances observées pour faciliter la démarche créative et se constituer une base documentaire réutilisable dans le cadre d'autres projets.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas

- Étude de cas individuelle présentant une approche anthropologique, ethnologique et sociologique du design en lien avec la demande du client.
- Technologie : étude de cas individuelle traitant de l'actualité de la technologie, du design et de l'innovation.

Les rendus sont écrits.

Mises en situation professionnelles

- Individuelles:

élaboration d'un rapport de veille synthétisant les éléments se rapportant aux aspects technologiques, ergonomiques, sociologiques, esthétiques, économiques d'une analyse de territoire identitaire et création d'un portfolio d'activité personnelle.

- Collective: analyse de l'organisation reprenant l'ensemble des données fournies et des éléments implicites décelés dans les propos du client.

Les rendus sont écrits et font l'objet d'une soutenance orale.

L'acquisition du bloc fait l'objet de remise d'un certificat.

RNCP34364BC02 — Elaboration de la stratégie de design et formulation de recommandations

LISTE DE COMPÉTENCES

C2.1 Déterminer le positionnement stratégique de l'organisation pour adapter sa préconisation à l'ADN de marque, à son histoire, à ses cibles, à ses valeurs et ses spécificités, à son e-réputation.

C2.2 Identifier la ou les stratégies de design en place au sein d'une organisation pour comprendre l'existant et imaginer les pistes d'amélioration.

C2.3 Évaluer la cohérence entre la stratégie de design et la stratégie globale de l'organisation (notamment marketing) pour proposer un modèle vertueux où l'une sert l'autre.

C2.4 Collaborer avec le MOA pour concevoir un projet réaliste et réalisable techniquement.

C2.5 Comparer les éléments de design produits par l'organisation aux tendances identifiées lors de la veille (évolutions des normes, évolutions artistiques et scientifiques, contexte environnemental) pour préconiser des pistes de changement et de développement adaptées.

C2.6 Identifier le potentiel de changement de l'organisation par rapport aux orientations conseillées pour préparer son argumentation.

C2.7 Formuler une recommandation stratégique digitale et de communication pour soutenir la stratégie de design.

C2.8 Donner aux décideurs de l'organisation des critères de choix valides au regard des enjeux considérés pour favoriser une prise de décision éclairée et objectivée.

C2.9 Assister ces décideurs dans leur réflexion pour les rassurer sur le bienfondé de leurs choix et lever leurs doutes et freins.

C2.10 Produire des documents de synthèse au sujet des orientations choisies pour préparer la communication auprès des parties prenantes et remporter leur adhésion.

C2.11 Établir le cahier des charges créatif et fonctionnel de chacun des projets qui découle du cahier des charges initial du client pour proposer de nouvelles pistes, répondre aux besoins implicites et calibrer les délais, besoins en ressources et objectifs de chacun.

C2.12 Définir les ressources à mobiliser pour chacun des projets pour identifier les besoins internes et externes, et les budgéter.

C2.13 Proposer des représentations qui intègrent les aspects sémantiques, symboliques, culturels et les procédés pour garantir la cohérence artistique générale.

C2.14 Transmettre les spécifications fonctionnelles et techniques aux parties prenantes (bureau d'étude, Direction générale, Direction marketing etc.) pour s'assurer de leur implication dans le projet.

C2.15 Défendre auprès des commanditaires les différentes propositions.

C2.16 Identifier les modes de représentation les plus efficaces (élaboration d'esquisses, roughs, storyboards, planches de tendances scénarii utilisateurs, wireframes, patrons, plans 3D...) pour convaincre le ou les décideurs.

C2.17 Élaborer les prototypes choisis pour leur pertinence pour soutenir le propos oral.

C2.18 Construire une argumentation pour favoriser un cheminement logique aboutissant naturellement à une prise de décision en sa faveur.

C2.19 Rédiger la recommandation stratégique et créative pour légitimer et rassurer le client dans son choix.

C2.20 Présenter la recommandation au client pour captiver son auditoire et le convaincre du bienfondé de ses partis pris créatifs.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation professionnelles collectives:

a) Extension de territoire : projet nouveaux usages, nouvelles identités

b) Projet de création de marque

c) Projets Prospective, recherche et innovation

d) Les candidats produisent un audit complet de la stratégie devant le client, soit dans un cadre réel (partenariat), soit dans un cadre fictif (cas pédagogiques)

e) Quatre mises en situations professionnelles collectives pour des organisations clientes réelles (partenariats avec des entreprises ou des institutions) ou fictives (cas pédagogiques).

Le rendu est écrit et fait l'objet d'une soutenance orale.

Mises en situation professionnelle individuelles :

- a) Projet de création de marque.
 - b) Réalisations numériques 2D/3D :
 - c) Création et réalisation d'images de synthèse fixes ou animées, de prototypes numériques, de prototypes physiques (prototypage rapide) et de supports de communication multimédia pour chacun des projets de design.
- Le rendu est écrit.
- L'acquisition du bloc fait l'objet de remise d'un certificat.

RNCP34364BC03 — Management du processus de réalisation des projets de design

LISTE DE COMPÉTENCES

- C3.1 Évaluer et allouer les ressources nécessaires à la bonne réalisation du projet pour garantir la maîtrise du budget.
- C3.2 Sélectionner les équipes de créatifs internes et/ou externes : designers, graphistes, illustrateurs, photographes, webdesigner, architectes d'intérieurs, stylistes, modélistes, UX designers... pour s'entourer des meilleures compétences nécessaires au projet dans le respect du budget fixé.
- C3.3 Assurer le bon déroulement du projet pour tenir les délais et anticiper les imprévus.
- C3.4 Gérer les volets administratif, comptable et juridique du projet (droits d'auteurs, cession de droits) pour fluidifier et sécuriser les relations contractuelles.
- C3.5 Recruter, former et évaluer les créatifs choisis pour optimiser la qualité du travail fourni par chacun.
- C3.6 Encadrer, motiver et soutenir l'équipe pour favoriser la collaboration et l'implication individuelle au service du projet collectif.
- C3.7 Planifier et organiser des réunions de pilotage régulières pour prévenir les dysfonctionnements, retards ou conflits.
- C3.8 Communiquer sur le projet au sein de l'équipe et auprès de toutes les parties prenantes (services connexes, clients et fournisseurs) pour garantir la cohérence générale du projet.
- C3.9 Identifier les risques relatifs aux changements de conditions intervenus pour anticiper les modifications d'équipe, de délais ou de budget.
- C3.10 Analyser, vérifier les informations nécessaires à la résolution des problèmes pour proposer les meilleures alternatives.
- C3.11 Identifier des scénarios de réalisation alternatifs pour garantir une atteinte des objectifs quelque soient les aléas rencontrés.
- C3.12 Évaluer les tests réalisés pour s'assurer de leur fiabilité avant mise en production.
- C3.13 Vérifier le respect du cahier des charges esthétique, fonctionnel ainsi que les coûts, les délais et les détails fonctionnels et techniques pour permettre une démarche d'amélioration continue et une communication régulière au client.
- C3.14 Identifier et résoudre les éventuels problèmes rencontrés pour minimiser les retards de production.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mises en situation professionnelles collectives

- Réalisation d'une matrice d'affectation des tâches et la réalisation de plannings.
- Élaboration de scénarii et guides de développement prototypes, documents iconographiques de présentation et maquettes.
- Production de prototypes et maquettes en nombre et qualité suffisantes pour répondre à des exigences professionnelles.

Le rendu est écrit et fait l'objet d'une soutenance orale.

L'acquisition du bloc fait l'objet de remise d'un certificat.

RNCP34364BC04 — Gestion de la communication et valorisation des projets de design développés

LISTE DE COMPÉTENCES

- C4.1 Établir des critères d'évaluation pour mesurer de manière objective le niveau de réponse aux objectifs visés.
- C4.2 Participer à la mesure de la création de valeur quantitative (économique et médiatique) et qualitative (image de marque ; affectio societatis ; capacité d'innovation de l'organisation ; etc.) pour identifier la valeur ajoutée de l'équipe et extraire les principaux arguments de vente à mettre en avant lors de prospection.
- C4.3 Protéger la valeur des actifs immatériels créés pour sécuriser l'activité de la structure.
- C4.4 Adopter un regard critique pour analyser les points forts et points faibles liés à la mise en œuvre du projet.
- C4.5 Évaluer l'apport de chaque collaborateur pour prévoir l'avenir : récompenser et fidéliser, former, échanger.
- C4.6 Identifier des pistes d'amélioration pour mettre en place les actions correctives sur le projet visé et pour

améliorer les projets à venir.

C4.7 Argumenter sur les enjeux liés à chacun des projets pour convaincre le client ou de futurs clients de la réussite de l'action.

C4.8 Présenter un projet à un client et à ses pairs en utilisant le vocabulaire technique et professionnel adapté pour montrer une légitimité face aux parties prenantes.

C4.9 Présenter une recommandation ou un projet de manière dynamique et interactive en mêlant plusieurs types de supports multimédias pour captiver un auditoire.

C4.10 Rédiger les supports de communication complémentaires qui seront remis au client de manière professionnelle pour apporter un niveau de détail plus poussé et expliciter des concepts plus complexes.

C4.11 Structurer ses argumentaires de manière cohérente et logique pour démontrer l'atteinte des objectifs au client ou aux futurs clients.

C4.12 Communiquer en anglais à l'écrit comme à l'oral pour s'adapter à des clients ou des prestataires étrangers.

C4.13 Utiliser les éléments fondamentaux de communication visuelle : typographie, charte graphique, etc. pour valoriser le fond du message.

C4.14 Utiliser le dessin comme axe de communication visuelle privilégié pour amener l'auditoire vers son univers graphique et créatif.

C4.15. Adapter les formats aux circonstances de communication pour s'adapter au public et au message à transmettre.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Études de cas

- Réalisation d'un dossier complet permettant la protection des données immatérielles (dépôt de marque ou de modèles du type logo, dessins...)

Le rendu est écrit.

Mises en situation professionnelle individuelles:

- Rédaction d'un bilan écrit synthétique relatant le déroulement du projet, forces et faiblesses du projet présenté, pistes d'amélioration.
- Rapport d'immersion professionnelle: présentation de l'organisation dans laquelle le stage est réalisé;évaluation des stratégies de design mises en place au sein de cette organisation ; évaluation de l'intérêt des actions menées ; évaluation de la performance individuelle par rapport aux attendus du tuteur.
- Présentation du projet au client
- Réalisation de 3 abstracts de projets en langue anglaise.

Le rendu est écrit.

Mise en situation professionnelle collective :

- Présentation orale face au client, en «compétition » avec les autres équipes.

L'acquisition du bloc fait l'objet de remise d'un certificat.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le métier de Designer – Manager de projets s'exerce dans plusieurs cadres :

- au sein de bureaux de création ou de design intégrés aux entreprises;
- au sein d'agences de design de taille diverses ;
- en indépendant.

La taille des bureaux de création intégrés et des agences varie de quelques collaborateurs à plus d'une centaine. Une part importante de professionnels travaillent également en tant qu'indépendants ou free-lance.

Les secteurs d'activité concernés sont variés, il s'agit de:

- Biens d'équipement : transport, commerce de détail, loisirs, textile, etc.
- Services : santé, action sociale, presse, services aux particuliers, hôtellerie -restauration, etc.
- Secteur culturel : édition, scénographie, muséographie;
- Publicité et communication : stratégies d'espace (merchandising, scénographie), nouveaux médias (sites internet, réseaux sociaux, blogs), édition, graphisme, presse, spots promotionnels, événementiel, espaces éphémères, événementiel.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Directeur artistique / Designer graphique / Directeur de création

- Designer numérique / Designer web / Motion designer / UX-UI Designer / Designer digital
- Designer produits /Designer industriel / Designer d'objets
- Designer global / Designer de services
- Directeur de production

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Très faible (1/5)
Facteurs principaux	Non-attractivité salariale
Salaire médian (mensuel)	2 300 €
Familles professionnelles (FAP)	U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle · tension 1/5 (Très faible) U1X93 — Artistes plasticiens · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	4 264
Jugés difficiles à recruter	19 %
Emplois saisonniers	23 %
Familles professionnelles (FAP)	U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle U1X93 — Artistes plasticiens

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A l'entrée, le candidat justifie d'un diplôme de grade de licence ou d'un titre RNCP de niveau 6 correspondant à un total de 180 ECTS dans le domaine du design.

Il passe un test d'admission pendant lequel il est amené à présenter le portfolio de ses travaux personnels, académiques et professionnels.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

Le Jury est ainsi composé:

- 1 Président
- 4 membres professionnels du design extérieurs à l'institution

Répartition des jurés : 50% de représentants femmes et 50% de représentants hommes.

COMPOSITION DU JURY — APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

Le Jury est ainsi composé:

- 1 Président
 - 4 membres professionnels du design extérieurs à l'institution
- Répartition des jurés : 50% de représentants femmes et 50% de représentants hommes.

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le Jury est ainsi composé:

- Un Président,
- 4 membres dont 2 professionnels du design extérieurs à l'institution, un représentant des formateurs et un représentant de la direction pédagogique de l'institution

Répartition des jurés : 50% de représentants femmes et 50% de représentants hommes.

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle 7 644 €

Selon la branche 6 500 € – 7 644 €

Prise en charge	Branches concernées
7 644 €	Valeur par défaut · 206 branches
7 000 €	CPNE Branche Caisse d'Epargne, CPNE de la branche Banque Populaire, CPNEFP de l'enseignement privé indépendant, CPNEFP de la métallurgie
7 600 €	CPNE Banque
7 500 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
6 500 €	CPNEFP Carrières et matériaux

Base légale

Date de décision 16/12/2019

Durée de l'enregistrement 5 ans

Date d'échéance de l'enregistrement 16/12/2024

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2017	161	0	98 %	77 %
2016	148	0	99 %	83 %
2015	90	0	95 %	82 %
2014	62	0	96 %	90 %
2013	78	0	97 %	91 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP26785

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP40366

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP39251

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34364/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	1
Parcours menés à terme	0
Taux d'achèvement	0 %
Période	11/2022

Entrées et sorties — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	1
Montant total engagé	4 320 €
Coût moyen par dossier	4 320 €
Durée moyenne	20 h
Période	10/2022
France compétences	53 %
Reste à charge titulaire	47 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.