

Manager de projet en design graphique et visuel

RNCP38262 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	320v
Formacode(s)	34074, 32069, 45027, 46081
Code(s) ROME	E1205, E1104, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	15/11/2023
Date d'échéance	15/11/2026

Certificateur(s)

E-ART SUP INSTITUT · SIRET : 43539584300046

Partenaires habilités

5 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 5 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
E-ART SUP INSTITUT	43539584300046	Former et organiser l'évaluation
INSTIT DEVELOP ENSEIGNE MEDIT FORMATION	41038154500038	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT SUPERIEUR DE GESTION	41374806200010	Former et organiser l'évaluation
I P L "ISEFAC PARIS LILLE"	43456336700037	Former et organiser l'évaluation
XP SCHOOL	88531987100012	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Manager de projet en design graphique et visuel propose des concepts et des idées visuelles pour les campagnes publicitaires ou supports d'information de ses clients.

Il applique la démarche sensible d'analyse, de proposition et de création du design aux nouvelles questions humaines, culturelles, économiques, politiques et technologiques posées par l'industrie numérique et dans un contexte de mutation des outils de production. Tout cela format système de design global, qui inclut à la fois les évolutions et les mutations technologiques et les nouvelles formes de consommation et d'usage des productions et des services dans l'économie pour un utilisateur plus averti, et de plus en plus exigeant.

ACTIVITÉS VISÉES

Analyse d'une stratégie de développement

Définition d'une stratégie de communication, d'une stratégie créative et d'un design system pour développer l'activité d'un commanditaire

Définition du cahier des charges avec le commanditaire

Élaboration d'une direction artistique cohérente pour le projet

Estimation des ressources nécessaires (humaines, matérielles, financières)

Définition du cahier des charges avec le commanditaire

Traduction des stratégies de développement et des stratégies créatives pour les déployer et les communiquer dans un

design system

Estimation des ressources nécessaires (humaines, matérielles, financières)

Manager et fédérer une équipe pour mettre en œuvre un projet de design graphique et visuel

Coordonner les étapes de réalisation dans le cadre d'un projet de design en équipe

Piloter la mise en œuvre de la production de la stratégie créative définie

Contrôle de la qualité des productions réalisées

Évaluation de l'impact du projet de design déployé

Identification des actions peu performantes en vue de leur actualisation

Définition du nouveau cadre de production en phase avec les actions à mener validés par le commanditaire

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Analyser les habitudes des publics ciblés de la marque/du client en comparant des études des pratiques des publics cibles à l'aide des outils PESTEL (dimensions politiques, économiques, sociales, écologiques et légales du projet proposé) pour définir les axes de développement de nouveaux services et contenus pour répondre aux besoins des clients en cohérence avec la stratégie voulue par la marque

Identifier les enjeux professionnels, le marché et la concurrence du champ d'application de la marque/du client en précisant les tendances, les potentialités des technologies et les usages des publics visés pour amorcer une orientation à la stratégie de développement adaptée aux besoins de la marque/du client, notamment pour les PSH

Guider le client/la marque pour définir les axes clés permettant la rédaction d'une problématique initiale à l'aide d'outils d'analyse adaptés (mindmapping, méthode agile, design thinking) afin d'identifier et de qualifier les besoins d'une cible, d'un public ou d'un type d'utilisateur pour être en mesure de faire des recommandations de développements créatifs, stratégiques et innovantes

Définir la stratégie de communication de la proposition recommandée en prenant en compte son positionnement marketing et communicationnel à l'aide de l'analyse d'indicateurs pour définir son positionnement créatif dans le marché ciblé

Définir la stratégie créative permettant de résoudre les problèmes rencontrés par les usagers : mise en œuvre des méthodologies de l'UX Design, intégrer, interpréter, hiérarchiser et exploiter des informations de manière adéquate afin d'être en mesure de proposer un service, un outil ou une marque apportant des solutions à la problématique des usagers, inscrit dans un design system général

Appliquer des règles de priorité de travail dans la gestion du projet pour respecter les délais et les budgets en assurant la qualité du projet artistique pour définir son positionnement créatif dans le marché ciblé

Contextualiser les contraintes en décomposant les tâches spécifiques pour attribuer les responsabilités et les ressources appropriées afin d'être en mesure de proposer un service, un outil ou une marque permettant la résolution de la problématique des usagers

Traduire la stratégie créative en une direction artistique avec un concept graphique, visuel et audiovisuel cohérent à l'aide d'un prototype créatif :

présentation des axes clés de la proposition, de la charte graphique, de l'identité visuelle s'inscrivant dans un business model pertinent et convaincre de la justesse des propositions en français comme en langue anglaise pour élaborer un concept créatif central pouvant se déployer sur tous les supports

Évaluer les besoins en personnel et en compétences afin d'identifier les profils nécessaires et les besoins de formation

Planifier des ressources matérielles et logicielles pour tenir compte des besoins spécifiques, des contraintes techniques et des évolutions technologiques afin d'optimiser l'utilisation des ressources

Appliquer des règles de priorité de travail dans la gestion du projet pour respecter les délais et les budgets en assurant la qualité du projet artistique en product design pour définir son positionnement créatif dans le marché ciblé

Contextualiser les contraintes en décomposant les tâches spécifiques pour attribuer les responsabilités et les ressources appropriées afin d'être en mesure de proposer une solution permettant la résolution de la problématique des usagers

Traduire la stratégie du commanditaire avec une identité visuelle cohérente sur tous les supports pertinents en complémentarité et en cohérence pour élaborer un design system complet et savoir le présenter en français et en anglais

Évaluer les besoins en personnel et en compétences afin d'identifier les profils nécessaires en tenant compte des compétences existantes et des besoins de formation

Planifier des ressources matérielles et logicielles pour tenir compte des besoins spécifiques, des contraintes techniques et des évolutions technologiques afin d'optimiser l'utilisation des ressources

Maîtriser les différentes étapes et contraintes de la réalisation d'un projet pour être en mesure de coordonner les acteurs et les partenaires extérieurs à partir du cahier des charges défini afin d'ajuster les compétences pour optimiser le travail de chacun et garantir sa bonne mise en œuvre

Manager les équipes, avec des méthodes efficaces, un vocabulaire compris de tous et des objectifs clairs et assurer un climat de travail favorable et bienveillant et qui prend en compte les éventuels handicaps des collaborateurs afin de déployer un projet jusqu'à sa réalisation finale

Coordonner et planifier les différentes phases de la réalisation du projet par les équipes en s'appuyant sur leurs compétences techniques en création visuelle (graphisme, illustration, montage vidéo, UX design, conception digitale, etc.) et en déroulant des étapes adaptées pour les PSH afin de donner une cohérence globale au projet de design permettant à la stratégie de se mettre en œuvre

Collaborer avec des partenaires externes et des prestataires (équipes marketing, spécialistes de la communication digitale et des réseaux sociaux, spécialiste de la relation client etc.) en combinant leurs expertises respectives afin d'assurer la conformité et la qualité du projet de design à réaliser

Gestion du déploiement technique et des éléments graphiques et visuels de la production : maîtrise des logiciels et les outils de production numérique ad hoc (suite Adobe, Figma, C4D, etc.), mise en place des ressources nécessaires pour la mise en production du projet, respect des bonnes pratiques graphique et visuelles liées aux supports de production et aux contraintes, techniques de réalisation et de diffusion pour être en mesure de piloter le projet dans ses dimensions techniques de production

Planifier, suivre et contrôler les différentes étapes de la réalisation en s'appuyant sur une démarche de design thinking qui intègre cinq grandes étapes de travail en collaboration : définir, imaginer la solution, synthétiser les besoins, prototyper et tester pour être en mesure de piloter le projet dans ses dimensions stratégiques

Veiller à l'application du brief initial (respect et fidélité du concept défini initialement) en respectant le budget et les délais pour accomplir les créations en respectant le cahier des charges

Vérifier le bon usage par les collaborateurs des logiciels et des outils de production numérique pour produire les créations adaptées au projet afin d'assurer la mise en œuvre de la chaîne de production graphique et visuelle

Suivre la bonne mise en œuvre de la stratégie créative définie en s'assurant que les productions réalisées soit conforme aux exigences techniques et esthétiques pour s'assurer de la justesse du projet

Évaluer les effets des productions créatives déployées en utilisant les techniques d'entretiens qualitatifs et quantitatifs et les enquêtes externes, en identifiant les indicateurs de performances et en exploitant des data données pour permettre l'identification des points peu ou non-productifs de la stratégie déployée et analyser les KPIs pour mesurer l'efficacité de la stratégie déployée par le projet de design

Mesurer l'efficacité des actions en lien avec l'objectif du projet de design (notoriété, image, fidélité...) en mettant en évidence le retour sur investissement et en définissant les actions possibles d'actualisation des contenus des productions pour réaliser un ajustement de la stratégie et lui donner davantage d'efficacité

Proposer des ajustements en tenant compte des contraintes du client (budget, temps) pour obtenir son adhésion et mettre en œuvre de nouvelles productions afin de réaliser des mises à jour et des développements des productions permettant une meilleure performance de la stratégie

Blocs de compétences

RNCP38262BC01 — Définir un concept créatif

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser les habitudes des publics ciblés de la marque/du client en comparant des études des pratiques des publics cibles à l'aide des outils PESTEL (dimensions politiques, économiques, sociales, écologiques et légales du projet proposé) pour définir les axes de développement de nouveaux services et contenus pour répondre aux besoins des clients en cohérence avec la stratégie voulue par la marque

Identifier les enjeux professionnels, le marché et la concurrence du champ d'application de la marque/du client en précisant les tendances, les potentialités des technologies et les usages des publics visés pour amorcer une orientation à la stratégie de développement adaptée aux besoins de la marque/du client, notamment pour les PSH

Guider le client/la marque pour définir les axes clés permettant la rédaction d'une problématique initiale à l'aide d'outils d'analyse adaptés (mindmapping, méthode agile, design thinking) afin d'identifier et de qualifier les besoins d'une cible, d'un public ou d'un type d'utilisateur pour être en mesure de faire des recommandations de développements créatifs, stratégiques et innovantes

Définir la stratégie de communication de la proposition recommandée en prenant en compte son positionnement

marketing et communicationnel à l'aide de l'analyse d'indicateurs pour définir son positionnement créatif dans le marché ciblé

Définir la stratégie créative permettant de résoudre les problèmes rencontrés par les usagers : mise en œuvre des méthodologies de l'UX Design, intégrer, interpréter, hiérarchiser et exploiter des informations de manière adéquate afin d'être en mesure de proposer un service, un outil ou une marque apportant des solutions à la problématique des usagers, inscrit dans un design system général

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle

Restitution de livrables et présentation orale devant jury

RNCP38262BC02 — Concevoir un projet créatif en direction artistique (option 1)

LISTE DE COMPÉTENCES

Appliquer des règles de priorité de travail dans la gestion du projet pour respecter les délais et les budgets en assurant la qualité du projet artistique pour définir son positionnement créatif dans le marché ciblé

Contextualiser les contraintes en décomposant les tâches spécifiques pour attribuer les responsabilités et les ressources appropriées afin d'être en mesure de proposer un service, un outil ou une marque permettant la résolution de la problématique des usagers

Traduire la stratégie créative en une direction artistique avec un concept graphique, visuel et audiovisuel cohérent à l'aide d'un prototype créatif :

présentation des axes clés de la proposition, de la charte graphique, de l'identité visuelle s'inscrivant dans un business model pertinent et convaincre de la justesse des propositions en français comme en langue anglaise pour élaborer un concept créatif central pouvant se déployer sur tous les supports

Évaluer les besoins en personnel et en compétences afin d'identifier les profils nécessaires et les besoins de formation

Planifier des ressources matérielles et logicielles : pour tenir compte des besoins spécifiques, des contraintes techniques et des évolutions technologiques afin d'optimiser l'utilisation des ressources

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle

Restitution de livrables et présentation orale devant jury

RNCP38262BC03 — Concevoir un projet créatif en product design (option 2)

LISTE DE COMPÉTENCES

Appliquer des règles de priorité de travail dans la gestion du projet pour respecter les délais et les budgets en assurant la qualité du projet artistique en product design pour définir son positionnement créatif dans le marché ciblé

Contextualiser les contraintes en décomposant les tâches spécifiques pour attribuer les responsabilités et les ressources appropriées afin d'être en mesure de proposer une solution permettant la résolution de la problématique des usagers

Traduire la stratégie du commanditaire avec une identité visuelle cohérente sur tous les supports pertinents en complémentarité et en cohérence pour élaborer un design system complet et savoir le présenter en français et en anglais

Évaluer les besoins en personnel et en compétences afin d'identifier les profils nécessaires en tenant compte des compétences existantes et des besoins de formation

Planifier des ressources matérielles et logicielles pour tenir compte des besoins spécifiques, des contraintes techniques et des évolutions technologiques afin d'optimiser l'utilisation des ressources

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle

Restitution de livrables et présentation orale devant jury

RNCP38262BC04 — Manager et piloter un projet en design graphique et visuel

LISTE DE COMPÉTENCES

Maîtriser les différentes étapes et contraintes de la réalisation d'un projet pour être en mesure de coordonner les acteurs et les partenaires extérieurs à partir du cahier des charges défini afin d'ajuster les compétences pour optimiser le travail de chacun et garantir sa bonne mise en œuvre

Manager les équipes, avec des méthodes efficaces, un vocabulaire compris de tous et des objectifs clairs et assurer

un climat de travail favorable et bienveillant et qui prend en compte les éventuels handicaps des collaborateurs afin de déployer un projet jusqu'à sa réalisation finale

Coordonner et planifier les différentes phases de la réalisation du projet par les équipes en s'appuyant sur leurs compétences techniques en création visuelle (graphisme, illustration, montage vidéo, UX design, conception digitale, etc.) et en déroulant des étapes adaptées pour les PSH afin de donner une cohérence globale au projet de design permettant à la stratégie de se mettre en œuvre

Collaborer avec des partenaires externes et des prestataires (équipes marketing, spécialistes de la communication digitale et des réseaux sociaux, spécialiste de la relation client etc.) en combinant leurs expertises respectives afin d'assurer la conformité et la qualité du projet de design à réaliser

Gestion du déploiement technique et des éléments graphiques et visuels de la production : maîtrise des logiciels et les outils de production numérique ad hoc (suite Adobe, Figma, C4D, etc.), mise en place des ressources nécessaires pour la mise en production du projet, respect des bonnes pratiques graphique et visuelles liées aux supports de production et aux contraintes, techniques de réalisation et de diffusion pour être en mesure de piloter le projet dans ses dimensions techniques de production

Planifier, suivre et contrôler les différentes étapes de la réalisation en s'appuyant sur une démarche de design thinking qui intègre cinq grandes étapes de travail en collaboration : définir, imaginer la solution, synthétiser les besoins, prototyper et tester pour être en mesure de piloter le projet dans ses dimensions stratégiques

Veiller à l'application du brief initial (respect et fidélité du concept défini initialement) en respectant le budget et les délais pour accomplir les créations en respectant le cahier des charges

Vérifier le bon usage par les collaborateurs des logiciels et des outils de production numérique pour produire les créations adaptées au projet afin d'assurer la mise en œuvre de la chaîne de production graphique et visuelle

Suivre la bonne mise en œuvre de la stratégie créative définie en s'assurant que les productions réalisées soit conforme aux exigences techniques et esthétiques pour s'assurer de la justesse du projet

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle

Restitution de livrables et présentation orale devant jury

RNCP38262BC05 — Évaluer l'impact d'un projet de design graphique et visuel et l'ajuster

LISTE DE COMPÉTENCES

Évaluer les effets des productions créatives déployées en utilisant les techniques d'entretiens qualitatifs et quantitatifs et les enquêtes externes, en identifiant les indicateurs de performances et en exploitant des data données pour permettre l'identification des points peu ou non-productifs de la stratégie déployée et analyser les KPIs pour mesurer l'efficacité de la stratégie déployée par le projet de design

Mesurer l'efficacité des actions en lien avec l'objectif du projet de design (notoriété, image, fidélité...) en mettant en évidence le retour sur investissement et en définissant les actions possibles d'actualisation des contenus des productions pour réaliser un ajustement de la stratégie et lui donner davantage d'efficacité

Proposer des ajustements en tenant compte des contraintes du client (budget, temps) pour obtenir son adhésion et mettre en œuvre de nouvelles productions afin de réaliser des mises à jour et des développements des productions permettant une meilleure performance de la stratégie

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle

Restitution de livrables et présentation orale devant jury

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les agences en communication, les studios de création en animation 2D/3D et motion design, les agences digitales, l'industrie des jeux, les services « communication » des entreprises industrielles et commerciales, des associations et des institutions (collectivités locales, régionales et territoriales)

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Directeur de projet en design graphique et visuel

Directeur artistique

UX/UI designer

Designer de projet digital

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-durabilité de l'emploi, Non-attractivité salariale
Salaire médian (mensuel)	2 386 €
Familles professionnelles (FAP)	U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible) U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	9 101
Jugés difficiles à recruter	21 %
Emplois saisonniers	22 %
Familles professionnelles (FAP)	U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication U1X82 — Graphistes, dessinateurs, stylistes, décorateurs et créateurs de supports de communication visuelle

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION
Bachelier sans expérience : niveau d'intégration dans la formation en 1ère année de l'École et après entretien et tests.
Admission classique après entretiens et tests
Niveau 4 à 6 : intégration en 2e, 3e ou 4e année selon le niveau d'entrée du candidat après entretien et présentation du portfolio. Parcours adapté en cas de connaissances ou compétences à l'entrée manquantes (individualisation).
Formation continue : niveau d'intégration en fonction des compétences déjà acquises et après l'entretien. Parcours adapté en cas de compétences déjà acquises (individualisation).

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION
Le jury est composé de 6 membres dont 4 professionnels en activité n'enseignant pas au sein de l'école

COMPOSITION DU JURY — VAE
Le jury de validation est constitué de 3 membres dont 2 professionnels du secteur (externes à l'organisme)

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	9 157 €
Selon la branche	7 000 € – 12 000 €
Prise en charge	Branches concernées
9 157 €	Valeur par défaut · 194 branches

12 000 €	CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNEF de la Publicité, CPNEF de la presse et des agences de presse, CPNEF des Espaces de Loisirs, d'Attractions et Culturels (ELAC), CPNEF des organismes de tourisme
9 881 €	CPNE de la branche de la Distribution Directe, CPNEF de l'Exploitation cinématographique et de la Distribution de films, CPNEF de l'audiovisuel
10 683 €	CPNEFP de l'enseignement privé indépendant, CPNEFP de la Restauration rapide
11 447 €	CPNE des Télécoms
11 446 €	CPNE Travail Temporaire
8 696 €	CPNEFP du Négoce de l'ameublement
8 500 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
7 631 €	CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie
7 555 €	CPNEFP de la Branche des Caisses régionales de Crédit Agricole et autres organismes
7 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	15/11/2023
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	15/11/2026
Date de dernière délivrance possible	15/11/2030

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2022	47	0	85 %	—
2021	61	0	81 %	77 %
2020	60	0	79 %	79 %
2019	50	0	88 %	77 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP31199

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)
RNCP31199

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF
<https://www.e-artsup.net/ecole-creation-visuelle/certifications/>

Fiche officielle (France Compétences)
<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/38262/>

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	2
Organismes gestionnaires (CFA)	2
Organismes formateurs	2
Régions couvertes	2
Départements couverts	2
Organismes certifiés Qualiopi	2
Sessions	de 09/2025 à 08/2027

Catalogue des formations en apprentissage — réseau des Carif-Oref. Sans frais pour l'alternant : formation financée par l'OPCO de la branche (NPEC).