

Directeur artistique de projets en communication visuelle

RNCP39251 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	132g, 320v
Formacode(s)	45027, 46081
Code(s) ROME	E1104, E1103, E1205
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	27/06/2024
Date d'échéance	27/06/2027

Certificateur(s)

CONDE PARIS · SIRET : 42334912500033

ADE HOLDING · SIRET : 82450453400028

INSTITUT DE COMMUNICATION APPLIQUEE · SIRET : 34316657500039

Partenaires habilités

39 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 39 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
COMPETENTIS	94953886200010	Former et organiser l'évaluation
CONDE PARIS	42334912500033	Former et organiser l'évaluation
CONDE PARIS	42334912500041	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 39 partenaires habilités : <https://data.aktaconseil.fr/certifications/rncp39251-directeur-artistique-de-projets-en-communication-visuelle/partenaires>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

La communication visuelle désigne l'ensemble des techniques de communication (illustration, graphisme, colorimétrie, symbolisme) pour illustrer un message par l'image. Véritable chef d'orchestre de l'identité visuelle, le Directeur artistique pilote des projets de communication visuelle et s'assure que le concept graphique qu'il élabore, ou fait élaborer, traduit en images et en signes visuels un concept, des valeurs, une identité,

un univers de marque, un message, sur différents supports : site Internet, applications, supports éditoriaux, affiches, packaging, images et signes animés (motion design, signalétique).

La démarche de direction artistique combine plusieurs logiques :

- une logique stratégique : illustrer l'enjeu du commanditaire, tout en garantissant un message visuel différenciant,
- une logique fonctionnelle : décliner l'identité visuelle selon différents supports en fonction des besoins,
- une logique logistique : piloter la création de l'identité visuelle pour ensuite la décliner en un système graphique complet,
- une logique de coût : développer un système graphique complet avec une maîtrise des coûts, des délais et de l'impact environnemental.

ACTIVITÉS VISÉES

Création d'un processus de veille organisée

Développement d'une stratégie de recherche et d'innovation en design de communication

Analyse de la demande du commanditaire

Modélisation de la stratégie 360° et du concept créatif

Identification de pistes créatives incarnant le positionnement stratégique choisi

Structuration de la conduite de projet

Management d'une équipe projet pluridisciplinaire

Construction de sa stratégie de communication personnelle

Promotion de son expertise

Développement de son activité de directeur artistique

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Réaliser un état des lieux des sources d'informations susceptibles d'alimenter la réflexion sur les designs contemporains pour être à l'avant- garde des tendances design, des nouveaux logiciels ou outils de design et des dispositifs de déploiements de plans de communication innovants.

Observer et qualifier les pratiques en matière de forme, de couleur et de matière ou de support, les nouveaux logiciels ou outils de design et des dispositifs de déploiement à partir des sources d'information identifiées pour les intégrer dans sa pratique professionnelle.

Organiser un système d'identification de partenaires en sourçant les créatifs à l'avant-garde et en priorisant les ressources locales en cohérence avec la démarche RSE de son organisation pour construire son réseau professionnel.

Instaurer une démarche permanente de veille des actualités réglementaires et des phénomènes sociétaux encadrant les usages de communication et de médiation en élaborant un système dédié au référencement des données collectées pour mettre à jour ses connaissances et en tirer les enseignements pour ses projets futurs.

Explorer les usages, pratiques préalablement sélectionnés en mettant en œuvre des méthodes d'idéation et des tests utilisateurs pour proposer des scénarios d'usages duplicables pour de futurs projets.

Capitaliser ses recherches sous la forme d'un document partageable en recourant à des modes de présentation percutants et à un argumentaire circonstancié pour diffuser les conclusions de ses recherches

Analyser la demande du commanditaire en s'appuyant sur un ou plusieurs entretiens exploratoires et en tenant compte, le cas échéant, d'un cahier des charges techniques de manière à comprendre la problématique de communication à laquelle doit répondre le projet, les objectifs de succès attendus et les éventuelles contraintes économiques.

Se projeter dans une démarche d'innovation projet en enrichissant sa connaissance de l'univers, de l'ADN et des valeurs sociétales et environnementales du commanditaire grâce à la conduite d'entretiens et en développant la communication interpersonnelle pour évaluer son niveau de maturité, sa capacité à innover et guider ainsi son positionnement stratégique.

Expertiser les enjeux et l'écosystème du commanditaire à l'aide d'une étude documentaire et d'une analyse stratégique pour identifier les opportunités, les menaces, les freins et les facteurs clés de succès du projet.

Construire une cartographie des cibles visées par le commanditaire à partir de l'analyse d'études et de données socio-culturelles pour définir leur typologie sous la forme de personas caractérisant le projet de communication.

Formuler une recommandation stratégique répondant à la problématique énoncée sous la forme d'un scénario visuel ou d'une note d'intention décrivant un dispositif graphique multisupport pour mettre en avant un parti pris et des valeurs d'engagement, respectueux des principes d'éco-conception et de l'ambition souhaitée par le commanditaire en matière de RSE.

Démontrer au commanditaire la pertinence de son parti pris en mettant en avant les bénéfices de sa proposition et en

explicitant la concordance avec le cahier des charges initial, lors de la présentation de la stratégie de communication visuelle afin de recueillir son adhésion

Mener, ou encadrer le cas échéant, la démarche graphique exploratoire en cohérence avec l'intention initiale et les personas identifiés pour aboutir à l'énoncé de plusieurs pistes créatives reflétant le positionnement du projet.

Intégrer la dimension sociétale et environnementale dans sa démarche créative en proposant des solutions limitant l'impact écologique et favorisant notamment l'inclusion des personnes en situation de handicap ou en perte d'autonomie afin d'apporter une réponse durable à un

projet de communication ou de médiation graphique.

Accompagner le commanditaire dans son choix de pistes créatives en justifiant son parti pris créatif, en démontrant le respect de la stratégie de communication établie et en développant un argumentaire sous la forme d'un document de recommandations pour obtenir la validation d'un axe créatif.

Élaborer une méthodologie de projet à l'aide des outils et des techniques de planification et de budgétisation définissant le planning, l'enveloppe budgétaire, les jalons et les indicateurs de suivi pour superviser (ou assurer) son exécution.

Développer, ou faire développer, des supports graphiques et des prototypes du dispositif, le tout en veillant au budget alloué, au respect du cadre réglementaire de la publicité et aux enjeux éthiques et environnementaux du projet de communication visuelle pour aboutir au dispositif de communication imaginé et retenu par le commanditaire.

En fonction des retours du commanditaire, Réadapter et faire corriger par l'équipe projets les prototypes en améliorant les éléments de conception pour arrêter des livrables conformes aux attentes du commanditaire.

Piloter la production de chaque support graphique en se référant aux éléments de cadrage du projet lors de réunions de suivi avec l'équipe projet et les fournisseurs pour vérifier la qualité artistique globale des éléments, les délais et la maîtrise des coûts, et le cas échéant, mettre en place les corrections éventuelles avant de présenter les livrables finaux au commanditaire pour validation.

Être force de conseil et de proposition pour son commanditaire en recherchant avec et pour lui des solutions face à des situations problématiques pour enrichir le concept créatif initial.

Recueillir la validation finale du projet de communication visuelle en passant en revue avec le commanditaire l'ensemble des livrables attendus et en vérifiant leur bonne conformité au regard du cahier des charges initial, afin d'assurer la livraison et la diffusion du projet.

Constituer une équipe pluridisciplinaire en estimant, à partir de l'analyse du niveau de technicité des livrables à fournir et au regard du budget disponible, les moyens humains et techniques nécessaires à la réalisation du projet, et en tenant compte des éventuelles situations de handicap, pour doter le projet des ressources et expertises fondamentales à l'atteinte des objectifs fixés.

Planifier la conduite du projet sous la forme d'un retroplanning en identifiant les livrables (intermédiaires et finaux) et des jalons, les temps de gouvernance avec les parties pluridisciplinaire et en assignant, pour chacun, un périmètre d'intervention, en tenant compte des éventuelles situations de handicap, pour respecter les délais impartis à la production des différents éléments de projet.

Exposer les rôles et missions de l'équipe pluridisciplinaire en tenant compte des situations de handicap, lors d'une réunion de lancement, en briefant les différents intervenants sur la description complète du projet de communication visuelle multisupports pour instaurer une dynamique de travail agile et centrée sur les objectifs de succès du projet créatif.

Animer et accompagner la dynamique de travail tout au long du projet en mettant en place une méthodologie de travail collaborative et agile favorisant les interactions, notamment les PSH, pour s'assurer du bon déroulement de la conduite du projet, et résoudre, le cas échéant, les problématiques techniques ou humaines.

Accompagner la montée en compétences de ses collaborateurs en diffusant son expertise au travers de réunions en mode agile, en tenant compte des éventuelles situations de handicap, et en mettant en place, le cas échéant, des actions de formation, notamment en situation de travail pour garantir un haut niveau de technicité des équipes.

Mesurer la création de valeur d'impact quantitatif et qualitatif du projet dans son ensemble en évaluant le niveau de satisfaction du client et la performance de la chaîne de production de l'ensemble des livrables du projet, pour identifier les principaux arguments de vente à mettre en avant lors de la prospection.

Matérialiser les principales réussites/réalisations à l'aide d'un book ou tout autre document présentant les caractéristiques des différents projets conduits et éléments produits, tout en respectant la réglementation en matière de propriété intellectuelle, afin de promouvoir son expertise créative.

Construire sa marque personnelle fondée sur ses domaines d'expertise en définissant son propre concept créatif à partir de l'analyse réflexive de l'exhaustivité de ses productions afin d'être identifiable sur le marché et faire valoir son positionnement.

Diffuser son expertise auprès de clients potentiels (internes ou externes) sur les réseaux sociaux, les plateformes professionnelles ou lors de la négociation de nouvelles opportunités en créant des supports de communication visuelle digitaux ou non, accompagnés d'un discours (ou pitch) convainquant, en français et/ou en langue étrangère, pour incarner la posture de Directeur artistique.

Mener une démarche de prospection sur les différents secteurs d'intervention en identifiant des prospects, des appels à contribution et les principales plateformes de mise en relation pour développer son portefeuille d'affaires et proposer ses services.

Composer une proposition de service en lien avec son ou ses domaines d'expertise et son positionnement pour répondre à une sollicitation ou à un appel à projet d'une agence de communication ou directement d'un annonceur.

Blocs de compétences

RNCP39251BC01 — Adopter une démarche avant-gardiste sur les nouveaux usages et les enjeux stratégiques de communication et de médiation

LISTE DE COMPÉTENCES

Réaliser un état des lieux des sources d'informations susceptibles d'alimenter la réflexion sur les designs contemporains pour être à l'avant-garde des tendances design, des nouveaux logiciels ou outils de design et des dispositifs de déploiements de plans de communication innovants.

Observer et qualifier les pratiques en matière de forme, de couleur et de matière ou de support, les nouveaux logiciels ou outils de design et des dispositifs de déploiement à partir des sources d'information identifiées pour les intégrer dans sa pratique professionnelle.

Organiser un système d'identification de partenaires en sourçant les créatifs à l'avant-garde et en priorisant les ressources locales en cohérence avec la démarche RSE de son organisation pour construire son réseau professionnel.

Instaurer une démarche permanente de veille des actualités réglementaires et des phénomènes sociétaux encadrant les usages de communication et de médiation en élaborant un système dédié au référencement des données collectées pour mettre à jour ses connaissances et en tirer les enseignements pour ses projets futurs.

Explorer les usages, pratiques préalablement sélectionnés en mettant en œuvre des méthodes d'idéation et des tests utilisateurs pour proposer des scénarios d'usages duplicables pour de futurs projets.

Capitaliser ses recherches sous la forme d'un document partageable en recourant à des modes de présentation percutants et à un argumentaire circonstancié pour diffuser les conclusions de ses recherches

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dossier de recherche : avec un rapport écrit et une soutenance orale.

RNCP39251BC02 — Créer la stratégie et le concept de communication visuelle

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser la demande du commanditaire en s'appuyant sur un ou plusieurs entretiens exploratoires et en tenant compte, le cas échéant, d'un cahier des charges techniques de manière à comprendre la problématique de communication à laquelle doit répondre le projet, les objectifs de succès attendus et les éventuelles contraintes économiques.

Se projeter dans une démarche d'innovation projet en enrichissant sa connaissance de l'univers, de l'ADN et des valeurs sociétales et environnementales du commanditaire grâce à la conduite d'entretiens et en développant la communication interpersonnelle pour évaluer son niveau de maturité, sa capacité à innover et guider ainsi son positionnement stratégique.

Expertiser les enjeux et l'écosystème du commanditaire à l'aide d'une étude documentaire et d'une analyse stratégique pour identifier les opportunités, les menaces, les freins et les facteurs clés de succès du projet.

Construire une cartographie des cibles visées par le commanditaire à partir de l'analyse d'études et de données socio-culturelles pour définir leur typologie sous la forme de personas caractérisant le projet de communication.

Formuler une recommandation stratégique répondant à la problématique énoncée sous la forme d'un scénario visuel ou d'une note d'intention décrivant un dispositif graphique multisupport pour mettre en avant un parti pris et des valeurs d'engagement, respectueux des principes d'éco-conception et de l'ambition souhaitée par le commanditaire en matière de RSE.

Démontrer au commanditaire la pertinence de son parti pris en mettant en avant les bénéfices de sa proposition et en explicitant la concordance avec le cahier des charges initial, lors de la présentation de la stratégie de communication

visuelle afin de recueillir son adhésion

Mener, ou encadrer le cas échéant, la démarche graphique exploratoire en cohérence avec l'intention initiale et les personas identifiés pour aboutir à l'énoncé de plusieurs pistes créatives reflétant le positionnement du projet.

Intégrer la dimension sociétale et environnementale dans sa démarche créative en proposant des solutions limitant l'impact écologique et favorisant notamment l'inclusion des personnes en situation de handicap ou en perte d'autonomie afin d'apporter une réponse durable à un projet de communication ou de médiation graphique.

Accompagner le commanditaire dans son choix de pistes créatives en justifiant son parti pris créatif, en démontrant le respect de la stratégie de communication établie et en développant un argumentaire sous la forme d'un document de recommandations pour obtenir la validation d'un axe créatif.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Soutenance orale d'une recommandation stratégique.

RNCP39251BC03 — Piloter un projet de communication visuelle à impact positif

LISTE DE COMPÉTENCES

Élaborer une méthodologie de projet à l'aide des outils et des techniques de planification et de budgétisation définissant le planning, l'enveloppe budgétaire, les jalons et les indicateurs de suivi pour superviser (ou assurer) son exécution.

Développer, ou faire développer, des supports graphiques et des prototypes du dispositif, le tout en veillant au budget alloué, au respect du cadre réglementaire de la publicité et aux enjeux éthiques et environnementaux du projet de communication visuelle pour aboutir au dispositif de communication imaginé et retenu par le commanditaire.

En fonction des retours du commanditaire, Réadapter et faire corriger par l'équipe projets les prototypes en améliorant les éléments de conception pour arrêter des livrables conformes aux attentes du commanditaire.

Piloter la production de chaque support graphique en se référant aux éléments de cadrage du projet lors de réunions de suivi avec l'équipe projet et les fournisseurs pour vérifier la qualité artistique globale des éléments, les délais et la maîtrise des coûts, et le cas échéant, mettre en place les corrections éventuelles avant de présenter les livrables finaux au commanditaire pour validation.

Être force de conseil et de proposition pour son commanditaire en recherchant avec et pour lui des solutions face à des situations problématiques pour enrichir le concept créatif initial.

Recueillir la validation finale du projet de communication visuelle en passant en revue avec le commanditaire l'ensemble des livrables attendus et en vérifiant leur bonne conformité au regard du cahier des charges initial, afin d'assurer la livraison et la diffusion du projet.

Constituer une équipe pluridisciplinaire en estimant, à partir de l'analyse du niveau de technicité des livrables à fournir et au regard du budget disponible, les moyens humains et techniques nécessaires à la réalisation du projet, et en tenant compte des éventuelles situations de handicap, pour doter le projet des ressources et expertises fondamentales à l'atteinte des objectifs fixés.

Planifier la conduite du projet sous la forme d'un retroplanning en identifiant les livrables (intermédiaires et finaux) et des jalons, les temps de gouvernance avec les parties pluridisciplinaire et en assignant, pour chacun, un périmètre d'intervention, en tenant compte des éventuelles situations de handicap, pour respecter les délais impartis à la production des différents éléments de projet.

Exposer les rôles et missions de l'équipe pluridisciplinaire en tenant compte des situations de handicap, lors d'une réunion de lancement, en briefant les différents intervenants sur la description complète du projet de communication visuelle multisupports pour instaurer une dynamique de travail agile et centrée sur les objectifs de succès du projet créatif.

Animer et accompagner la dynamique de travail tout au long du projet en mettant en place une méthodologie de travail collaborative et agile favorisant les interactions, notamment les PSH, pour s'assurer du bon déroulement de la conduite du projet, et résoudre, le cas échéant, les problématiques techniques ou humaines.

Accompagner la montée en compétences de ses collaborateurs en diffusant son expertise au travers de réunions en mode agile, en tenant compte des éventuelles situations de handicap, et en mettant en place, le cas échéant, des actions de formation, notamment en situation de travail pour garantir un haut niveau de technicité des équipes.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Rédaction d'un rapport de missions effectuées en entreprise portant sur la modélisation de la conduite de projet.

Soutenance orale d'un dossier créatif.

RNCP39251BC04 — Valoriser son expertise pour ancrer sa posture de directeur artistique

LISTE DE COMPÉTENCES

Mesurer la création de valeur d'impact quantitatif et qualitatif du projet dans son ensemble en évaluant le niveau de satisfaction du client et la performance de la chaîne de production de l'ensemble des livrables du projet, pour identifier les principaux arguments de vente à mettre en avant lors de la prospection.

Matérialiser les principales réussites/réalisations à l'aide d'un book ou tout autre document présentant les caractéristiques des différents projets conduits et éléments produits, tout en respectant la réglementation en matière de propriété intellectuelle, afin de promouvoir son expertise créative.

Construire sa marque personnelle fondée sur ses domaines d'expertise en définissant son propre concept créatif à partir de l'analyse réflexive de l'exhaustivité de ses productions afin d'être identifiable sur le marché et faire valoir son positionnement.

Diffuser son expertise auprès de clients potentiels (internes ou externes) sur les réseaux sociaux, les plateformes professionnelles ou lors de la négociation de nouvelles opportunités en créant des supports de communication visuelle digitaux ou non, accompagnés d'un discours (ou pitch) convainquant, en français et/ou en langue étrangère, pour incarner la posture de Directeur artistique.

Mener une démarche de prospection sur les différents secteurs d'intervention en identifiant des prospects, des appels à contribution et les principales plateformes de mise en relation pour développer son portefeuille d'affaires et proposer ses services.

Composer une proposition de service en lien avec son ou ses domaines d'expertise et son positionnement pour répondre à une sollicitation ou à un appel à projet d'une agence de communication ou directement d'un annonceur.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Soutenance orale d'un book et plan d'actions d'autopromotion.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

La certification s'inscrit dans les secteurs de la communication, du marketing, du digital : en agences de design et/ou de publicité et de communication, ou auprès des annonceurs.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Directeur artistique / Art Director

Designer graphique / Graphic Designer

Creative Project

Consultant Conception créative

Brand & Product Designer

Brand Designer

Creative Leader

Creative Officer

Manager Designer

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

Justifier d'un titre ou diplôme de niveau 6 ou équivalent, dans un domaine de spécialité en design graphique
Se prévaloir d'une expérience d'au moins 2 ans dans le secteur d'activité visé par la certification.

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Dans le cadre d'un parcours de formation initiale et continue en alternance & hors alternance :

- satisfaire à l'obligation d'assiduité aux composantes du dispositif de formation,
- accomplir une expérience professionnelle en lien avec la certification ou une période d'application pratique en entreprise (alternance en contrat de professionnalisation, d'apprentissage, stage, CDD, CDI, freelance, bénévolat) d'au moins 12 semaines par année de formation associée à la préparation de la certification,
- valider cumulativement les 4 blocs de compétences.

Dans le cadre d'une VAE :

- constituer un dossier de preuves matérialisant l'accomplissement des activités professionnelles et la mobilisation des compétences associées, figurant dans les référentiels de la certification,
- présenter le dossier de preuves devant un jury d'évaluation, donnant lieu à des échanges et interrogations approfondis,
- valider cumulativement les 4 blocs de compétences.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, VAE

Chaque jury de délivrance de la certification (JDDC) est composé de 5 membres :

- 3 professionnels qualifiés, extérieurs à l'autorité certificatrice, habilités pour leur expertise sur le sujet et ayant exercé ou encadré des professionnels dans des fonctions similaires à celles du métier visé par la certification,
- 2 membres de l'autorité certificatrice.

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	9 000 €
Selon la branche	6 500 € – 9 425 €
Prise en charge	Branches concernées
9 000 €	Valeur par défaut · 195 branches
9 425 €	CPNE Transport aérien : personnel au sol, CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil, CPNE de l'édition de livres, de l'édition phonographique et de l'édition de musique, CPNE du Commerce de détail et de gros à prédominance alimentaire, CPNEF de l'audiovisuel
8 959 €	CPNE Travail Temporaire, CPNEFP de l'enseignement privé indépendant
8 500 €	CPNFPE des sociétés d'assurances
8 237 €	CPNEFP Branche du Commerce de Détail Non Alimentaire

8 100 €	CPNEFP des industries électriques et gazières
7 500 €	CPNEFP Commerce à distance
7 000 €	CPNEFP de la métallurgie
6 736 €	CPNEFP Sports Loisirs
6 500 €	CNPE de la Plasturgie et des Composites

Base légale

Date de décision	27/06/2024
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	27/06/2027
Date de dernière délivrance possible	27/06/2031

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2021	261	0	85 %	71 %
2020	229	0	80 %	73 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP17262

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP17262, RNCP34364, RNCP34439, RNCP34816, RNCP36590

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

- <https://www.ecv.fr/digital/mastere-direction-artistique-en-digital/>
- <https://ecoles-conde.com/formations/mastere-direction-artistique-en-design-graphique/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/39251/>

Où se former

Formations référencées	1
Organismes	1
Régions couvertes	1
Prix indicatif	2 620 €
Durée	60 h

Offre de formation — MonCompteFormation (Caisse des Dépôts), licence ouverte.

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	5
Organismes gestionnaires (CFA)	4
Organismes formateurs	5
Régions couvertes	4
Départements couverts	5
Organismes certifiés Qualiopi	5
Sessions	de 09/2025 à 09/2028

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	2
Montant total engagé	4 400 €
Coût moyen par dossier	2 200 €
Durée moyenne	60 h
Période	03/2026 – 04/2026
France compétences	94 %
Reste à charge titulaire	6 %

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