

## Examen professionnel supérieur de designer graphique

### Directives

Février 2016

## Table des matières

Définition des termes	3
1 Introduction	6
1.1 But des présentes directives	6
1.2 Profil de la profession	6
1.3 Organisation de l'examen	7
2 Informations en vue de l'obtention du diplôme	8
2.1 Procédure administrative	8
2.2 Frais à la charge des candidats	9
3 Conditions d'admission	9
3.1 Diplômes	9
3.2 Expérience professionnelle	9
3.3 Exposé (travail de diplôme)	9
3.4 Conditions administratives	9
3.5 Décision définitive	9
4 Examen	10
4.1 Procédure administrative	10
4.2 Organisation et déroulement	10
4.3 Critères d'appréciation	11
4.4 Attribution des notes	12
4.5 Recours au SEFRI	13
5 Dispositions finales	13
Annexe	
6 Compétences méthodologiques	
7 Compétences sociales et professionnelles	
8 Compétences professionnelles	
1 Gestion d'entreprise	21
2 Conduite du personnel	24
3 Droit	26
4 Marketing, Communication et relations publiques	28
5 Design médias	31
6 Corporate design	33
7 Brand Design	36
8 Design d'information	40
9 Design d'interaction	43
10 Conception d'expositions et de stands de foires	46
11 Design des emballages	49
12 Design didactique	52
13 Illustration	54

### **Définition des termes**

(Traduction de la version allemande)

**Branding** Le branding peut être considéré comme un transfert de valeurs-clé sur les produits fournis par une personne, par une entreprise ou une chose pour lui conférer une identité. Cette identité peut comprendre la manifestation visuelle de ces valeurs, en quelque sorte la personnification de la personnalité visée, et peut prendre différentes formes. Outre les aspects taxinomiques d'une marque – donc le type de police, le symbole, les caractères typographiques et les couleurs – la crédibilité, l'impression générale et la perception par le consommateur en font aussi partie.

(D'après Mono, Branding – Vom Briefing bis zur Marke, 2002)

**Briefing** Document écrit servant de guide pour le mandat ou l'entretien oral correspondant

(D'après Duden)

**Design d'entreprise (Corporate Design)** Aspects de design d'une identité d'entreprise

**Identité d'entreprise** L'identité d'entreprise est la gestion de processus d'identité d'une organisation...L'identité désirée est transmise vers l'intérieur et l'extérieur par l'identité visuelle (corporate design), la communication d'entreprise (corporate communication) et le comportement (corporate behaviour).

(D'après Dieter Herbst, Corporate Identity, Verlag Cornelsen Girardet, 1998)

**Exposé** Développement explicatif, résumé

(D'après Duden)

**Identité monolithique** Identité portant toujours le même nom, p. ex. Migros, UBS, CFF (D'après Kückelhaus, 1998)

**Identité appuyée** Identité individuelle de plusieurs entreprises sous le même toit: VW, Audi, Seat, Scania, Skoda, Bentley (marque faïtière: Groupe Volkswagen)

(D'après Kückelhaus, 1998)

**Identité, marques** Identité individuelle de plusieurs marques sous le même toit: 20 Minutes, Der Bund, Annabelle, [www.homegate](http://www.homegate), telezüri (Groupe Tamadia)

(D'après Kückelhaus, 1998)

**Iconographie** Etude des formes et contenus de représentations figurées (anciennes)

(D'après Duden)

**Design d'information** Traitement graphique de l'information. L'art et la science de la préparation visuelle de données et de faits afin qu'ils servent de manière optimale à la compréhension et l'orientation des utilisateurs – donc rendre les informations utilisables pour les êtres humains. (voir aussi Signalétique)

(D'après Hartmut Brückner, Informationen gestalten, 2004)

**Connotation** Les significations (secondes) associatives, émotionnelles, stylistiques, appréciatives et évocatrices d'un mot. (D'après Duden)

**Manuel** p.ex. manuel de design. Manuel avec des instructions pour l'application des règles et des consignes

**Marketing** Le marketing doit positionner et vendre sur le marché toutes les activités destinées au groupe cible d'une entreprise, son produit ou sa prestation de services.

**Communication de marché** Elle sert à influencer de manière ciblée et consciente l'être humain à des fins le plus souvent commerciales ou pour le faire changer de comportement. La communication de marché interpelle, compare, concerne ou rend curieux. Elle a pour buts principaux: se faire connaître, éveiller l'intérêt, renforcer les connaissances et provoquer une action.

**Droit d'utilisation** Les dispositions contractuelles définies par écrit entre le/la designer graphique et son client fixent la limite du cadre prévu pour l'utilisation des œuvres créées par le/la designer graphique. En particulier, les œuvres du/de la designer graphique, ainsi que tout ou partie des documents remis au client qui ont servi à la réalisation du mandat doivent être utilisés exclusivement dans la limite prévue par le contrat définissant le mandat et ne pourront en aucun cas être réutilisés par le client à d'autres fins.

(D'après SGD Swiss Graphic Designers, Système SGD de calcul des honoraires 2002)

**Organisations du monde du travail** Associations professionnelles comme SGD Swiss Graphic Designers et SGV Union Suisse des Graphistes

**Droit de la personnalité** Protection contre des atteintes à la personnalité. Elle comprend en particulier la protection du nom, le droit à sa propre image, le droit de réponse, la protection du secret. Ce droit n'est pas transférable, contrairement au droit d'utilisation.

**Point de vente, Point of sale (POS) ou Point of Purchase (POP)** Ces deux termes sont utilisés comme des synonymes. Il s'agit du point de vente d'un produit, p.ex. un magasin (détail, supermarché, kiosque, grand magasin, commerce de gros, etc.) Sur le lieu de vente, la

marchandise est vendue et la confrontation avec le consommateur, qui transforme son besoin en achat, a lieu. C'est pourquoi la publicité du point de vente (POS) prend de plus en plus de place. Les domaines de la promotion des ventes sont touchés, mais les frontières sont floues. Parmi les possibilités de la publicité POS, on compte entre autre l'aménagement et la décoration de vitrines, des expositions spéciales, des espaces de vente spéciaux, la publicité par haut-parleur, des stoppeurs et drapeaux pour rayonnage et de plus en plus souvent aussi des moyens publicitaires multimédia, p. ex. des postes TV ou des moniteurs.

**Portfolio Média** (Dossier, Booklet, CD, etc.) présentant une série de travaux

**Relations publiques** Entretien des contacts avec le public (D'après Duden)

**SEFRI** Secrétariat d'Etat à la formation, à la recherche et à l'innovation

**Signalétique** Etude de l'ensemble des moyens de signalisation afin de réaliser des systèmes d'orientation que l'être humain perçoit, comprend et accepte. (D'après Kurt Keller, Signaletik, Projektarbeit FHSO, CCM4, 2004)

Le rapport de la signalétique avec le design d'information est analogue au rapport de l'identité d'entreprise avec le design d'entreprise ou du marketing avec le graphisme publicitaire.

**Droit d'auteur** Les droits d'auteur sur toutes les œuvres créées par le/la designer graphique (conceptions, esquisses, projets, etc.) appartiennent au/à la designer graphique. Ceux-ci ont le droit d'en disposer librement conformément aux dispositions de la Loi fédérale sur le droit d'auteur et les droits voisins du 9 octobre 1992.

(D'après SGD Swiss Graphic Designers, Système SGD de calculation des honoraires 2002)

## 1 Introduction

### 1.1 But des présentes directives

Les présentes directives servent à fournir toutes les informations requises aux candidats potentiels à l'examen professionnel supérieur. Alors que le règlement d'examen contient essentiellement des informations de nature juridique, les directives complètent, commentent et approfondissent certains contenus du règlement. Les directives détaillent donc de manière compréhensible toutes les informations déterminantes pour la préparation et le déroulement de l'examen professionnel supérieur fédéral de designer graphique.

Les présentes directives se fondent sur le règlement d'examen du 4 Mars 2010. Ce dernier a été élaboré, en vertu de l'art. 28, al. 2, de la loi fédérale du 13 décembre 2002 sur la formation professionnelle, par l'organe responsable au sens du chiffre 1.2.

Les organisations du monde du travail citées ci-après constituent l'organe responsable compétent pour l'ensemble de la Suisse:

- SGD Swiss Graphic Designers
- SGV Schweizer Grafiker Verband / Union Suisse des Graphistes

### 1.2 Profil de la profession

Les designers graphiques diplômés sont capables aussi bien de résoudre des tâches complexes de conception graphique dans le domaine de la communication visuelle que de diriger, sous l'angle des ressources humaines et d'un point de vue technique, leur propre atelier ou le secteur graphisme d'une agence de communication ou de publicité. Cela signifie qu'ils disposent notamment des compétences ci-après:

a

Ils sont qualifiés pour résoudre des tâches complexes dans le domaine de la communication visuelle. En commun avec des professionnels des domaines du marketing, de la communication sur les marchés et des relations publiques, ils analysent des questions en rapport avec la communication et élaborent des solutions appropriées. La communication sur les marchés constitue l'axe prioritaire dans ce domaine.

b

A l'aide des moyens appropriés, ils ont la compétence de concrétiser sous la forme de messages visuels des stratégies générales de communication. Ils analysent à cet effet les objectifs visés par la stratégie de communication, développent un concept visuel cohérent et, étape décisive, ils élaborent les médias prévus sur la base du concept visuel.

c

Ils sont capables de développer une identité d'entreprise pour des firmes ou des institutions. Pour ce faire, ils utilisent les médias visuels de manière à ce que l'image visuelle donnée par l'ensemble des médias forme un tout cohérent et sert les buts de l'identité d'entreprise dans sa globalité. Ils sont en outre capables d'encadrer et de conseiller les entreprises ou les institutions dans le cadre de la mise en oeuvre de leur identité d'entreprise.

d

Ils sont aptes à positionner des marques sur le marché de manière adéquate. Ils disposent des compétences méthodologiques et des connaissances des processus nécessaires pour le développement stratégique d'une marque et disposent des instruments pour une implémentation réussie.

e

Ils sont aptes à développer, pour des entreprises ou des institutions, un design d'information fonctionnel qui peut être perçu et interprété clairement par différents groupes cibles. En collaboration avec des spécialistes, ils analysent les contenus d'information ainsi que les facteurs d'influence. Ils sont capables de présenter les messages d'information sans aucune ambiguïté à l'aide des médias prévus et savent assurer la mise en oeuvre technique.

f

Ils ont la compétence de développer et d'assurer la création visuelle de projets dans le domaine du design d'interaction. Ils sont au courant des moyens techniques et de création visuelle et sont capables de les utiliser de manière ciblée. Pour la planification et la mise en oeuvre, ils collaborent avec des spécialistes en la matière.

g

Ils sont en mesure de développer des concepts aussi bien pour des expositions et des présentations sans but lucratif que pour des foires et des expositions à caractère commercial. Ils sont des partenaires compétents des divers spécialistes dans le cadre du développement et de la mise en oeuvre des travaux.

h

Ils sont capables de créer des emballages pour des produits individuels ou des concepts graphiques pour des séries en vue de différents usages: emballages de protection, destinés au transport, au stockage, à la présentation ou à la vente des marchandises. En collaboration avec des spécialistes du marketing et de la technique, ils assurent avec compétence le développement et la mise en oeuvre.

i

Ils ont la compétence de créer différents moyens d'enseignement et d'adapter les contenus en fonction du groupe cible et de la méthode de transmission du savoir. Dans le cadre aussi bien du développement que de la réalisation des produits, ils sont aptes à mettre en oeuvre les idées des auteurs et d'autres spécialistes et d'encadrer l'exécution technique de manière compétente.

j

Ils sont qualifiés pour effectuer des illustrations, avec des spécialistes, de manière individuelle ou, suivant les besoins, en équipe ou en tant que mandant. Ils sont capables de saisir des contenus et des contextes à plusieurs niveaux, de les structurer, de les présenter sous la forme d'images et de développer de nouvelles associations. Pour ce faire, ils font appel, d'une part, à leurs connaissances et au monde imagé des différentes cultures et époques et, d'autre part, à leurs capacités artisanales et techniques et au savoir-faire spécifique aux médias.

k

Ils disposent des méthodes et instruments de la gestion d'entreprise leur permettant de diriger avec succès leur propre atelier, le département graphique d'une agence de communication ou de publicité ou un département de communication ou de publicité interne à une entreprise. Ils sont capables de donner une orientation stratégique à l'entreprise ou à l'unité organisationnelle et d'atteindre les objectifs à long terme fixés dans ce cadre grâce à une organisation efficace, au déroulement efficace des processus et des projets, à la résolution rapide et méthodologique des problèmes ainsi qu'à une gestion financière professionnelle.

l

Ils sont à même de diriger avec succès les équipes qui leur sont confiées selon les méthodes et les instruments qui régissent la conduite du personnel. Ils veillent à un déroulement efficace des processus de travail et à un climat de travail favorable à la production. Ils engagent les membres de leurs équipes de manière efficace et optimisent systématiquement les conditions de travail afin de permettre à l'équipe de travailler de manière ciblée et constructive.

m

En tant que responsable, ils sont en mesure de tenir compte des prescriptions légales dans le cadre aussi bien du déroulement des projets que de la conduite de l'entreprise et du personnel. Ils connaissent les bases légales pertinentes.

### 1.3 Organisation de l'examen

L'examen est soumis à la surveillance de la Confédération. Il n'est pas public. Dans des cas particuliers, la Commission d'examen peut cependant autoriser des dérogations.

#### *Commission d'examen (CE)*

La Commission d'examen se compose de 7 membres (3 représentant(es) de Swiss Graphic Designers SGD, 3 représentant(es) de SGV Schweizer Grafiker Verband / Union Suisse des Graphistes ainsi que 1 représentant(e) de la branche de la communication). Elle s'auto-constitue et peut faire appel à des spécialistes qui ne bénéficient toutefois pas du droit de vote.

La Commission d'examen

- édicte les directives relatives au règlement d'examen et les adapte régulièrement;
- fixe le montant de l'émolument d'examen;
- fixe la date et le lieu de l'examen;
- définit le programme d'examen;
- donne mandat pour la préparation des énoncés de l'examen et organise l'examen;
- nomme les expert(e)s, les forme à leur fonction et les engage;
- décide de l'admission à l'examen ainsi que des éventuelles exclusions;

- décide de la remise du diplôme ;
- traite les requêtes et les recours ;
- veille à l'organisation de la comptabilité et au traitement de la correspondance ;
- décide de la reconnaissance ou de la prise en compte d'autres diplômes ou des acquis ;
- rend compte de ses activités aux instances supérieures et à l'OFFT ;
- veille au développement et à l'assurance de la qualité, notamment à la mise à jour régulière du profil de qualification en fonction des besoins du marché du travail.

La Commission d'examen peut déléguer certains travaux administratifs ainsi que les travaux de secrétariat au secrétariat de l'organe responsable (cf. secrétariat d'examen).

#### *Direction de l'examen*

La Commission d'examen charge un ou plusieurs de ses membres de diriger l'examen. Ces membres organisent l'examen en étroite collaboration avec le secrétariat d'examen.

#### *Expert(e)s à l'examen*

Les expert(e)s à l'examen sont des professionnels qualifiés. Ils surveillent l'exécution des travaux d'examen pratiques et des travaux écrits et fixent leurs observations par écrit.

Deux expert(e)s au moins évaluent les travaux d'examen pratiques et des travaux écrits et deux experts au moins procèdent aux examens oraux, prennent des notes relatives à l'entretien d'examen ainsi qu'au déroulement de l'examen, évaluent les prestations d'examen et fixent en commun la noted'examen.

#### *Secrétariat d'examen*

Le secrétariat d'examen coordonne et gère tous les processus en rapport avec l'examen. Il est l'organe de contact pour toutes les parties concernées par l'examen et pour toutes les questions en rapport avec l'examen. Adresse de contact :

SGV Schweizer Grafiker Verband  
 Schulhausstrasse 64  
 CH-8002 Zürich  
 Tél./fax +041 44 201 07 37  
 E-Mail info(at)sgv.ch  
 Susann Mäusli Bruggisser

## **2 Informations en vue de l'obtention du diplôme**

### **2.1 Procédure administrative**

#### *Publication*

La Commission d'examen annonce l'examen, en français, en allemand et en italien, dans la presse et sur Internet ([www.sgv.ch](http://www.sgv.ch), [www.sgd.ch](http://www.sgd.ch)). Une réunion d'information a par ailleurs lieu pour les personnes qui ont suivi les cours préparatoires ainsi que pour les autres personnes intéressées.

La date est fixée par la Commission d'examen. L'examen a lieu tous les deux ans.

Les formulaires d'inscription peuvent être obtenus auprès du secrétariat d'examen et auprès des deux organisations du monde du travail: [www.sgv.ch](http://www.sgv.ch), [www.sgd.ch](http://www.sgd.ch).

#### *Dossier de candidature*

A titre de preuve que la formation préalable requise a été effectuée, une copie des diplômes ou certificats (cf. point 3.1) doivent être joints à la demande d'inscription, tout comme une liste des entreprises dans lesquelles l'expérience professionnelle a été acquise (cf. point 3.2), avec



mention de la durée de l'engagement, des personnes citées en référence et de leur numéro de téléphone et adresse e-mail.

#### *Convocation*

La décision d'admission à l'examen est communiquée par écrit au candidat / à la candidate, sous la forme d'une convocation, au moins 3 mois avant l'examen. Une décision de non-admission doit comporter les motifs du refus et les voies de recours.

## **2.2 Frais à la charge des candidats**

#### *Emolument d'examen*

L'émolument d'examen se monte à 2'150 francs, y compris la taxe d'inscription, les frais pour l'établissement du diplôme et l'inscription au registre.

#### *Autres frais*

Les candidats à l'examen assurent eux-mêmes l'organisation et le financement des déplacements, du logement et des repas.

#### *Matériel et équipement technique*

Les candidats à l'examen fournissent eux-mêmes et à leurs propres frais le matériel et l'équipement technique dont ils ont besoin.

#### *Restitution des frais et réduction*

L'émolument d'examen et les autres frais ne sont en aucun cas remboursés, ni en cas d'abandon de l'examen, ni en cas d'échec à l'examen, etc. Aucune réduction n'est consentie aux personnes qui répètent l'examen.

## **3 Conditions d'admission**

### **3.1 Diplômes**

L'aptitude des designers graphiques diplômés s'inscrit dans le prolongement d'une formation fondée en arts graphiques. Pour être admis à l'examen professionnel supérieur, le candidat doit être titulaire d'un certificat fédéral de capacité (CFC), ou d'un brevet fédéral ou d'un diplôme délivré par une école supérieure reconnue dans une profession apparentée (p. ex polygraphe, typographe, etc.).

L'équivalence de diplômes et de certificats étrangers est prononcée par le SEFRI.

### **3.2 Expérience professionnelle**

Pour être admis à l'examen, le candidat doit fournir la preuve qu'il dispose, à la date de l'examen, d'une expérience professionnelle de trois ans au minimum dans le domaine de la communication visuelle.

### **3.3 Exposé (travail de diplôme)**

Pour être admis à l'examen, le candidat doit présenter l'exposé de son travail de diplôme sur une page A4 sous la forme d'une brève description, d'une part, de la stratégie et du concept adopté pour effectuer le travail demandé et, d'autre part, de la méthode et de la manière dont le thème sera traité. Aucune recherche n'est exigée à ce stade.

### **3.4 Conditions administratives**

Pour être admis à l'examen, le candidat doit avoir remis, dans le temps imparti, le travail de diplôme et payé, dans les délais, l'émolument d'examen de 2150 francs (cf. point 3.41) sur le

compte suivant:

SGV Schweizer Grafiker Verband, UBS AG, 8098 Zürich, compte 251-952641.02K

### **3.5 Décision définitive**

Les conditions fixées aux points 3.1 à 3.3 doivent être remplies pour être admis à l'examen. Dans des cas d'exception, par exemple si un portfolio présente une qualité exceptionnelle, il peut être décidé de renoncer aux conditions fixées aux points 3.1 et 3.2.

## **4 Examen**

### **4.1 Procédure administrative**

L'examen a lieu si, après la publication, au moins 12 candidats remplissent les conditions d'admission.

Les candidats à l'examen sont convoqués au moins 6 semaines avant le début de l'examen. Ils sont informés du programme de l'examen, du lieu et de la date de l'examen et obtiennent également la liste des experts aux examens. Les demandes de récusation à l'encontre d'experts doivent être dûment motivées et présentées au moins 28 jours avant le début de l'examen.

### **4.2 Organisation et déroulement**

#### *Responsabilité*

La responsabilité pour le déroulement de l'examen est assumée par les membres de la Commission d'examen chargés de cette tâche. Ceux-ci organisent l'examen en étroite collaboration avec le secrétariat d'examen.

#### *Déroulement de l'examen 2016*

#### **28 avril 2016, 18 h à 20 h:**

Présentation du thème du travail de diplôme à l'Ecole d'Arts visuels de Bâle.

Explications relatives à l'organisation de l'examen et des délais par membres de la Commission d'examen.

#### **9 mai 2016:**

Inscription à l'examen.

#### **30 mai 2016:**

Remise de l'exposé électronique et en 10 copies à:

SGV Schweizer Grafiker Verband, Susann Mäusli Bruggisser, Schulhausstrasse 64, 8002 Zürich

#### **6 juin 2016:**

Approbation de l'exposé par la Commission d'examen ou fixation d'un délai jusqu'au 15 juin 2016 (18 h) pour l'amélioration du projet.

#### **17 juin 2016:**

Approbation ou rejet des exposés améliorés.

#### **26 octobre 2016:**

Présentation des travaux de diplôme à l'Ecole d'Arts visuels de Bâle.

#### **2 – 4 novembre 2016:**

Examens écrits et oraux.

#### **8 décembre 2016, 18 h:**

Remise des diplômes avec célébration et ouverture de l'exposition.

### *Explications et langues d'examen*

Au cours de la réunion d'information, le thème de l'examen est présenté et commenté par un expert tout comme l'organisation et le déroulement de l'examen sont expliqués par membres de la Commission d'examen. Les candidats à l'examen obtiendront un accès à des documents électroniques à l'aide d'un mot de passe. Les candidats à l'examen pourront passer l'examen en français, en allemand ou en italien.

### *Auteur, moyens auxiliaires autorisés et prestations de tiers*

Les candidats à l'examen s'engagent à effectuer le travail de diplôme de manière individuelle, sans l'aide de tiers. Ils peuvent recourir à leurs frais à des prestations techniques telles que des travaux de reliure ou de programmation.

### *Encadrement*

Après la pré-inscription, les candidats peuvent à leur demande obtenir un feed-back d'enseignants ou de mentors.

### *Remise et présentation du travail de diplôme*

Un concept de communication et de création visuelle complet, étayé de manière pertinente et établi sur la base de l'exposé, doit être présenté. A l'aide d'éléments choisis, le concept doit être développé de manière exemplaire et compréhensible. Lors de la présentation du travail, le/la candidat(e) justifie le choix du concept de communication ainsi que celui des médias et des produits. Il/elle commente le concept et les moyens de conception graphique utilisés.

Les candidats à l'examen choisissent la forme de la présentation ainsi que les médias qu'ils utilisent à cet effet. Ils organisent eux-mêmes les équipements et les appareils requis. Ils disposent d'une durée de 45 minutes pour effectuer leur présentation.

### *Entretien professionnel*

Une discussion de 15 minutes avec les experts a lieu après la présentation.

## **4.3 Critères d'appréciation**

### *1. Le travail de diplôme*

#### 1.1 Exposé (évalué par la commission d'examen, pas de note)

- Description de l'entreprise, resp. de l'organisation
- Idée fondamentale du concept
- Définition du mandat
- Description de la démarche créative
- Supports visuels envisagés (corporate)

#### 1.2 Etude détaillée du cas

- Analyse du problème (peut être intégrée dans l'analyse du client)
- Analyse du positionnement du client
- Analyse de la concurrence
- Analyse de marque existante (brand)
- Conclusion(s)

#### 1.3 Concept visuel

- Transposition visuelle envisagée

- Innovation/impact visuels
- Thèse

#### 1.4 Identité visuelle

- Applications pratiques
- Innovation et pertinence visuelle
- Adéquation au concept de base
- Pertinence de la transposition aux médias présentés

#### 1.5 Présentation

- Intelligibilité
- Compétence professionnelle
- Technique de présentation
- Respect du minutage de présentation
- Communicabilité et présence face au client

### 4.4 Attribution des notes

L'appréciation des prestations d'examen ou des différentes épreuves s'effectue sur la base de notes. Les prestations sont appréciées par des notes échelonnées de 6 à 1, les notes égales ou supérieures à 4 exprimant des résultats suffisants. Seules les demi-notes sont admises comme notes intermédiaires.

#### *Mode d'appréciation*

Une note entière ou une demi-note est attribuée aux sous-points d'appréciation.

La note d'un point d'appréciation est la moyenne de toutes les notes des sous-points d'appréciation. Elle est arrondie à une note entière ou à une demi-note. Si le mode d'appréciation permet de déterminer directement la note du point d'appréciation sans faire usage des sous-points d'appréciation, la note du point d'appréciation est exprimée en notes entières ou en demi-notes.

La note de l'épreuve est la moyenne de toutes les notes des points d'appréciation. Elle est arrondie à la première décimale. Si le mode d'appréciation permet de déterminer directement la note de l'épreuve sans faire usage des points d'appréciation, la note de l'épreuve est exprimée en notes entières ou en demi-notes.

La note globale de l'examen est la moyenne des notes des différentes épreuves. Elle est arrondie à la première décimale

#### *Epreuves*

Épreuve / Position	Mode d'interrogation	Durée
1 Travail de diplôme	écrit / pratique (à domicile)	30 jours
1.1 - Exposé		
1.2 - Analyse, étude de cas		
1.3 - Thèse, concept de création		
1.4 - Médias créés		
1.5 - Présentation du travail de diplôme	oral	env. 1.0 h

2	Économie d'entreprise	écrit	1.5 h
3	Gestion d'entreprise	écrit	1.5 h
4	Tarifs	écrit	1.5 h
5	Droit	écrit	1.5 h
6	Marketing & Publicité	écrit	1.5 h
7	Relations publiques	oral	0.5 h
8	Gestion du personnel	oral	0.5 h
<b>Total sans travail de diplôme</b>		(Position 1.5 – épreuve 8)	<b>9.5 h</b>

#### *Réussite et répétition de l'examen*

L'examen est réussi si

- toutes les notes des points d'appréciation et des sous-points d'appréciation de l'épreuve 1 sont égales ou supérieures à 4,0;
- la moyenne, arrondie à la première décimale, des épreuves 2 à 8 n'est pas inférieure à 4,0;
- la note 3 au minimum est atteinte dans chacune des épreuves 2 à 8;

L'examen est considéré comme non réussi si le/la candidat(e)

- ne se désiste pas à temps;
- ne se présente pas à l'examen sans raison valable;
- se retire après le début de l'examen sans raison valable;
- est exclu de l'examen.

La Commission d'examen décide de la réussite de l'examen uniquement sur la base des prestations fournies par le candidat. Le diplôme fédéral est décerné aux candidats qui ont réussi l'examen.

Le candidat qui échoue à l'examen est autorisé à le répéter deux fois. Les examens répétés ne portent que sur les épreuves pour lesquelles le candidat a obtenu une note inférieure à 4,0. Les conditions d'inscription et d'admission sont les mêmes que pour le premier examen.

#### **4.5 Recours au SEFRI**

Une notice d'information renseigne sur la procédure à suivre pour les recours adressés au SEFRI. Elle peut être obtenue à l'adresse suivante:

<http://www.sbf.admin.ch/berufsbildung/01472/01474/index.html?lang=fr>

(> bases légales > notice concernant les recours)

#### **5 Dispositions finales**

Les personnes qui ont réussi en 2006 l'examen de designer graphique organisé par les associations professionnelles obtiennent sur demande le diplôme fédéral dans un délai d'une année après l'entrée en vigueur du règlement concernant l'examen professionnel supérieur.

## Annexe

## **6 Compétences méthodologiques**

### **6.1 Technique de travail et résolution des problèmes**

Pour accomplir les tâches professionnelles et personnelles, les designers graphiques dipl. utilisent des méthodes et instruments qui leur permettent de maintenir l'ordre, de fixer des priorités, de différencier les activités orientées clients de celles qui ne le sont pas, de concevoir des processus de manière systématique et rationnelle et d'assurer la sécurité au travail. Ils planifient les étapes de leur travail, travaillent de manière ciblée et efficace et évaluent les étapes de travail de manière systématique.

### **6.2 Approche interdisciplinaire et axée sur les processus**

Les processus économiques ne peuvent être pris en considération isolément. Les designers graphiques dipl. connaissent et appliquent des méthodes qui leur permettent de visualiser leurs activités en relation avec d'autres activités dans l'entreprise et de tenir compte d'interfaces situées en amont et en aval. Ils sont conscients de l'influence qu'a leur travail sur leurs collègues de travail et sur le succès de l'entreprise.

### **6.3 Stratégies d'information et de communication**

Le recours aux technologies modernes de l'information et de la communication revêt une importance primordiale. Les designers graphiques dipl. en sont bien conscients et cherchent continûment à optimiser le flux d'informations au sein de l'entreprise et à toujours actualiser l'état des systèmes. Ils se procurent eux-mêmes les informations qu'ils mettent ensuite au profit des mandants.

### **6.4 Approche systémique**

Dans la communication visuelle, la rationalité des déroulements de projet et leurs méthodes correspondantes constituent la clé du succès. Des systèmes de soutien administratif gagnent en importance étant donné que les flux d'information et les domaines sont structurés en réseaux. Les designers graphiques dipl. connaissent et comprennent ces méthodes et systèmes et sont en mesure de les appliquer de manière ciblée et compétente.

### **6.5 Stratégie d'apprentissage**

Il existe diverses stratégies pour améliorer le succès de l'apprentissage et pour encourager l'apprentissage la vie durant. Étant donné que les styles d'apprentissage diffèrent d'un individu à l'autre, les designers graphiques dipl. réfléchissent à leur propre manière d'apprendre et l'adaptent en fonction de la situation et des différentes tâches et problèmes à résoudre. Ils travaillent avec des stratégies d'apprentissage efficaces pour eux, qui leur procurent plaisir, succès et satisfaction et renforcent ainsi leur aptitude à apprendre de manière autonome tout au long de leur existence.

### **6.6 Méthodes de conseil et de vente**

La clientèle est soumise à des influences économiques et sociales multiples. La décision pour ou contre une proposition de conception est essentiellement déterminée par le comportement d'orientation vers la clientèle. Les designers graphiques dipl. ont recours aux méthodes éprouvées de conseil et agissent dans le but de donner satisfaction à la clientèle ainsi que dans l'intérêt de l'entreprise.

### **6.7 Techniques créatives**

L'ouverture face à la nouveauté et aux démarches non conventionnelles constitue une compétence importante des designers graphiques dipl. Pour cette raison, ils sont capables d'aborder les problèmes en écartant les idées reçues et font preuve d'un esprit créatif dans la recherche de solutions nouvelles et innovantes. Les designers graphiques dipl. se distinguent par leur vigilance et leur comportement réceptif face aux nouveautés et tendances du domaine de la communication visuelle.

## **6.8 Techniques de présentation**

Le succès est déterminé en grande partie par la manière dont les concepts créatifs sont présentés. Les designers graphiques dipl. connaissent et maîtrisent les méthodes de présentation et les exploitent de manière optimale, dans l'intérêt du mandant.

## **6.9 Comportement écologique**

De nos jours, il est devenu indispensable d'avoir un comportement écologique dans la vie professionnelle quotidienne. Les designers graphiques dipl. sont prêts à appliquer des mesures de protection de l'environnement et à détecter des potentiels d'amélioration.

## **7 Compétences sociales et personnelles**

### **7.1 Autonomie et responsabilité**

Dans le domaine de la communication visuelle, qu'il s'agisse du propre atelier, du département graphique d'une agence de publicité et de communication ou du département interne de communication ou de publicité d'une entreprise, les designers graphiques assument les responsabilités des processus d'exploitation. Ils sont prêts à prendre des décisions et à agir de manière responsable.

### **7.2 Apprentissage tout au long de la vie**

Dans la communication visuelle, le changement est à l'ordre du jour. Il est indispensable d'être en mesure de s'adapter à l'évolution rapide des besoins et conditions. Les designers graphiques dipl. ont conscience de cette nécessité et sont prêts à acquérir en permanence les nouvelles connaissances et aptitudes requises au sens de l'apprentissage tout au long de la vie. Ils font preuve d'ouverture face à la nouveauté et mettent au profit leur esprit créatif dans les changements, affermissent leur personnalité et améliorent ainsi leurs chances sur le marché du travail.

### **7.3 Aptitude à la communication**

Une communication adaptée à l'interlocuteur et à la situation est l'élément central de toutes les activités du domaine de la communication visuelle. Les designers graphiques dipl. se distinguent par leur ouverture d'esprit et leur spontanéité. Ils sont ouverts à la discussion, comprennent les règles de la communication verbale et non-verbale et les appliquent avec assurance.

### **7.4 Capacité de gérer les conflits**

Dans le quotidien professionnel de la communication visuelle, où se rencontrent de nombreuses personnes aux opinions différentes, les situations conflictuelles ne sont pas rares. Les designers graphiques dipl. en sont conscients et réagissent calmement et de manière réfléchie dans des situations de ce genre. Ils font face à la confrontation, acceptent d'autres points de vue, discutent à propos et sont capables de trouver des solutions constructives.

### **7.5 Aptitude au travail en équipe**

Les tâches professionnelles et personnelles peuvent être exécutées individuellement ou en groupe. Il s'agit de décider au cas par cas s'il vaut mieux confier la résolution du problème à une personne ou à l'équipe. Les designers graphiques dipl. sont capables de travailler en équipe, connaissent les règles qui le régissent et possèdent l'expérience requise.



7.6

### **Civilité**

Dans le cadre de leurs activités, les designers graphiques dipl. entretiennent des contacts variant en fonction de leurs interlocuteurs. Ceux-ci ont tous certaines attentes à leur égard, notamment en ce qui concerne le comportement et la civilité. Les designers graphiques dipl. adaptent leur langage et leur comportement en fonction de la situation, des besoins et de l'état des interlocuteurs. Ils sont ponctuels, ordonnés et fiables.

### **7.7 Résistance physique et psychique**

Les diverses tâches à assumer dans le cadre de la communication visuelle exigent des efforts physiques et psychiques importants. Les designers graphiques dipl. sont capables de gérer des charges de travail importantes car ils abordent les tâches qui leur sont attribuées avec calme et sérénité. Dans des contextes critiques, ils restent maîtres de la situation.



## Compétences professionnelles

### Niveaux de compétence

**Un niveau de compétences ( niveau K ) est attribué à chaque objectif évaluateur. Celui-ci exprime le niveau d'exigence de l'objectif évaluateur en question.**

#### **K1 ( Mémoriser )**

Les designers graphiques dipl. reproduisent le savoir mémorisé. Exemple : citer de mémoire les termes importants ayant trait à la corporate identity. Les designers graphiques dipl. reproduisent le savoir de la manière dont ils l'ont appris.

#### **K2 ( Comprendre )**

Les designers graphiques dipl. ont compris une certaine matière. Exemple : expliquer les termes importants ayant trait à la corporate identity et au corporate design avec leurs propres mots. Il ne suffit pas d'apprendre la matière par coeur, les designers graphiques dipl. doivent la comprendre.

#### **K3 ( Appliquer )**

Les designers graphiques dipl. transposent la matière apprise et l'appliquent à une nouvelle situation. Exemple : sélectionner le bon outil parmi les outils communément utilisés, propre à mesurer le succès d'une corporate identity et/ou d'un corporate design. Dans ce cas, la matière apprise doit être adaptée aux différentes situations pratiques.

#### **K4 ( Analyser )**

Les designers graphiques dipl. analysent un cas, une situation complexe ou un système et en déduisent, de manière autonome, les structures et les principes de base, sans avoir pu en prendre connaissance auparavant. Exemple : faire ressortir d'un briefing pour un projet de corporate design les aspects qui s'avèrent importants pour leur travail. Il s'agit d'analyser un système inconnu et complexe.

#### **K5 ( Synthétiser )**

Les designers graphiques dipl. réunissent de façon constructive deux faits, concepts, thèmes, méthodes différents qu'ils ont appris afin de résoudre un problème. Exemple : développer une stratégie permettant d'implanter dans une entreprise un corporate design, élaboré personnellement. La combinaison de différents facteurs donne naissance à quelque chose de nouveau.

#### **K6 ( Evaluer )**

Les designers graphiques dipl. se forment une opinion sur une situation complexe présentant plusieurs niveaux et la justifient à l'aide de critères prédéfinis ou qu'ils ont eux-mêmes développés. Exemple : proposer un emballage adapté à un produit existant ainsi qu'une stratégie de présentation de la marchandise prédéfinie. Les designers graphiques dipl. doivent se faire une opinion personnelle sur une matière complexe et la justifier.

## 8.1 Economie d'entreprise

### Objectif général

Les designers graphiques dipl. dirigent souvent un propre atelier, le département graphique d'une agence de publicité ou de communication ou encore la section communication ou publicité d'une entreprise. L'orientation stratégique de l'entreprise et/ou de l'unité d'organisation forme une tâche centrale. Pour atteindre les objectifs fixés à long terme, on ne saurait se passer d'une organisation efficace des structures et des déroulements, d'une résolution systématique des problèmes ainsi que d'une planification financière et d'un déroulement de projets.

Pour diriger avec succès les unités d'organisation qui leur sont confiées, les méthodes et outils de gestion d'entreprise nécessaires seront dispensés aux designers graphiques dipl. dans le cadre de leur formation.

Compétences méthodologiques :

techniques de travail et résolution de problèmes ; approche interdisciplinaire et action axée sur les processus, stratégies de l'information et de la communication, approche systémique ; stratégies d'apprentissage ; méthodes de conseil et de vente.

Compétences sociales et personnelles :

autonomie et responsabilité ; apprentissage tout au long d'une vie ; capacité de communication ; capacité de gérer des conflits ; aptitude au travail en équipe ; civilité ; résistance physique et psychique.

### Objectif particulier

8.1.1 Les designers graphiques dipl. sont conscients de la fonction et de l'effet d'une stratégie d'entreprise. Ces derniers élaborent cette stratégie de manière active et systématique.

#### Objectifs évaluateurs

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.1.1.1	... d'expliquer avec leurs propres mots les concepts fondamentaux de la stratégie d'entreprise.	K2
8.1.1.2	... d'analyser les opportunités, risques, forces et faiblesses de l'entreprise.	K4
8.1.1.3	... de déduire des objectifs stratégiques promettant le succès sur la base de l'analyse des opportunités, risques, forces et faiblesses.	K5
8.1.1.4	... de formuler les objectifs stratégiques de manière à ce qu'ils soient compréhensibles pour les collaborateurs et clients.	K3

### Objectif particulier

8.1.2 Les designers graphiques dipl. organisent les structures et déroulements des unités d'organisation qui leur sont confiées de manière à ce que les mandats puissent être traités efficacement.

#### Objectifs évaluateurs

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.1.2.1	... d'expliquer avec leurs propres mots les notions de base de l'organisation : - tâche - responsabilité	K2

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- compétence</li> <li>- déléguer</li> <li>- représenter</li> <li>- organisation structurelle</li> <li>- organisation des déroulements</li> <li>- organisation par niveaux</li> <li>- états-majors</li> <li>- organisation fonctionnelle</li> <li>- organisation divisionnelle</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- organisation matricielle</li> <li>- information</li> <li>- coordination</li> <li>- contrôle</li> <li>- description du poste</li> </ul>	
8.1.2.2	... d'expliquer par leurs propres mots les avantages et les inconvénients de la structure organisationnelle donnée d'une agence de communication/de publicité et d'un département publicitaire.	K3
8.1.2.3	... d'expliquer par leurs propres mots la marche à suivre pour la mise en place d'un département de communication/de publicité dans une entreprise existante.	K2
8.1.2.4	... d'organiser, à l'aide d'exemples de cas complexes, les structures et déroulements des unités d'organisation qui leur sont confiées, de manière à traiter efficacement les mandats et à réduire les dépenses de l'entreprise.	K5

**Objectif particulier**

8.1.3 Les designers graphiques dipl. sont en mesure de prendre rapidement des décisions et de trouver des solutions systématiques et ciblées aux problèmes.

**Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.1.3.1	... d'appliquer correctement la méthodologie en matière de problématique et de prise de décision.	K3
8.1.3.2	... de trouver rapidement, de manière systématique et ciblée des solutions aux problèmes complexes posés.	K5

**Objectif particulier**

8.1.4 Les designers graphiques dipl. sont conscients des coûts d'exploitation de l'unité d'organisation qui leur est confiée.

**Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.1.4.1	... d'expliquer par leurs propres mots les définitions en matière de salaire annuel, gratifications, bonus ou autres dédommagements, AVS/AI/APG ainsi que celles ayant trait aux assurances du personnel.	K2
8.1.4.2	... de calculer à l'aide d'une liste aide-mémoire les autres frais d'exploitation (hors frais du personnel) de l'unité d'organisation qui leur est confiée.	K3
8.1.4.3	... de calculer les heures de travail productif fournies par chaque collaborateur.	K3
8.1.4.4	... de calculer les frais de personnel par heure de travail productif de chaque	K3

	collaborateur.	
8.1.4.5	... de calculer les autres frais d'exploitation par heure de travail productif (total des autres frais d'exploitation/total des heures de travail productif de tous les collaborateurs).	K3
8.1.4.6	... de calculer les indemnités horaires de chaque collaborateur (frais de personnel et autres frais d'exploitation).	K3

### **Objectif particulier**

8.1.5 Les designers graphiques dipl. réalisent leurs projets de manière systématique, économique et à l'aide d'outils courants.

### **Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.1.5.1	... d'évaluer les prestations qu'ils ont fournies dans le cadre d'un projet donné à l'aide d'une liste aide-mémoire.	K3
8.1.5.2	... d'établir une offre indicative sur la base de l'évaluation des prestations qu'ils ont fournies dans le cadre d'un projet donné.	K5
8.1.5.3	... d'établir la gestion d'un projet et la gestion du temps pour tous les participants d'un projet donné.	K5
8.1.5.4	... d'élaborer un descriptif de demande d'offre de prestations externes pour un mandat de production donné.	K5
8.1.5.5	... de contrôler le respect du cahier des charges des offres de prestations externes pour un mandat de production donné.	K3
8.1.5.6	... sur la base des offres de prestations externes, d'émettre une recommandation pour un mandat de production donné.	K6
8.1.5.7	... d'élaborer le budget global (prestations propres et prestations externes) pour un projet donné.	K3
8.1.5.8	... d'élaborer un briefing pour le mandat des prestations externes dans le cadre d'un mandat de production donné.	K5
8.1.5.9	... de proposer une méthode appropriée à l'assurance qualité dans le cadre d'un mandat de production donné.	K3
8.1.5.10	... de motiver les divergences des coûts effectifs par rapport au budget dans le cadre d'un projet donné.	K3
8.1.5.11	... de calculer le rendement d'un projet donné.	K3
1.5.12	... d'établir une facture pour un projet donné.	K3

## 8.2 Conduite du personnel

### Objectif général

En tant que chefs d'équipes, les designers graphiques dipl. sont responsables du déroulement efficace des travaux ainsi que d'un climat de travail productif. Outre les activités classiques de conduite, il est important que les designers graphiques dipl. soient en mesure d'occuper le mieux possible les membres de leur équipe ainsi que d'optimiser systématiquement les conditions de travail de leurs équipes, de manière à ce qu'elles puissent travailler de manière constructive et ciblée.

Pour conduire avec succès les équipes qui leur sont confiées, les méthodes et instruments de conduite du personnel seront dispensés aux designers graphiques dipl. dans le cadre de leur formation.

Compétences méthodologiques :  
techniques de travail et résolution de problèmes ; approche interdisciplinaire et action axée sur les processus, stratégies de l'information et de la communication, approche systémique ; stratégies d'apprentissage ; techniques de créativité.

Compétences sociales et personnelles :  
autonomie et responsabilité ; apprentissage tout au long d'une vie ; capacité de communication ; capacité de gérer des conflits ; aptitude au travail en équipe ; civilité ; résistance physique et psychique.

### Objectif particulier

8.2.1 Les designers graphiques dipl. sont conscients de l'importance que revêt la conduite du personnel et assument de manière active et systématique leur rôle de cadre.

### Objectifs évaluateurs

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.2.1.1	... d'expliquer avec leurs propres mots le rôle et les tâches de cadre.	K2
8.2.1.2	... d'assigner des travaux de manière complète et compréhensible.	K3
8.2.1.3	... de fixer des objectifs mesurables avec leurs collaborateurs.	K3
8.2.1.4	... de contrôler si les objectifs fixés avec les collaborateurs ont été atteints.	K3
8.2.1.5	... de donner des informations professionnelles en retour.	K3
8.2.1.6	... de conduire de manière ciblée et structurée les entretiens suivants avec des collaborateurs : – embauche – qualification – motivation – conflit	K3
8.2.1.7	... diriger des réunions de travail de manière ciblée et structurée.	K3

### Objectif particulier

8.2.2 Les designers graphiques dipl. sont conscients de l'importance du bon fonctionnement d'une équipe. Ils occupent leurs collaborateurs selon leurs capacités professionnelles et sociales.

### Objectifs évaluateurs

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
--	--	-------------

8.2.2.1	... d'expliquer avec leurs propres mots les opportunités et risques du travail en équipe.	K2
8.2.2.2	... d'évaluer correctement les capacités professionnelles et sociales de leurs collaborateurs.	K4
8.2.2.3	... d'assigner à leurs collaborateurs les tâches d'un projet en fonction des capacités professionnelles et sociales de ces derniers.	K5
8.2.2.4	... en cas de besoin, de chercher avec leurs collaborateurs des mesures de perfectionnement.	K3
8.2.2.5	... si l'équipe enregistre des succès, de prendre les mesures adéquates à la conservation et/ou à l'augmentation de la motivation.	K5
8.2.2.6	... de prendre les mesures adéquates en cas de difficultés de collaboration au sein de l'équipe.	K5

**Objectif particulier**

8.2.3 Les designers graphiques dipl. maintiennent les conditions de travail de leurs collaborateurs à un niveau moderne et l'améliorent systématiquement.

**Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.2.3.1	... d'aménager les postes de travail de leur unité d'organisation selon des critères ergonomiques.	K3
8.2.3.2	... grâce à l'infrastructure technique, de garantir que leurs collaborateurs reçoivent une assistance optimale dans l'accomplissement de leurs tâches.	K3



## 8.2 Droit

### **Objectif général**

En tant que cadres, les designers graphiques dipl. doivent tenir compte des bases légales de ce domaine et ce, à la fois dans le déroulement d'un projet, la gestion d'une l'entreprise et la conduite du personnel.

Afin que les designers graphiques dipl. puissent assumer leur responsabilité légale, les normes et législations nécessaires leur seront dispensées dans le cadre de leur formation.

Compétences méthodologiques :

Techniques de travail et résolution de problèmes ; approche interdisciplinaire et action axée sur les processus, stratégies de l'information et de la communication, stratégies d'apprentissage.

Compétences sociales et personnelles :

Autonomie et responsabilité ; apprentissage tout au long d'une vie ; capacité de communication ; capacité de gérer des conflits ; aptitude au travail en équipe.

### **Objectif particulier**

8.3.1 Lors du déroulement d'un projet, les designers graphiques dipl. respectent les accords contractuels ainsi que les normes.

### **Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.3.1.1	... d'expliquer avec leurs propres mots les éléments constitutifs d'un contrat.	K2
8.3.1.2	... d'expliquer avec leurs propres mots les types de contrats suivants : – contrat d'entreprise – tâche – contrat de licence – contrat d'achat – contrat de leasing	K2
8.3.1.3	... d'expliquer avec leurs propres mots les éventuelles conséquences du non-respect d'accords contractuels.	K2
8.3.1.4	... de formuler des contrats simples à l'aide de listes aide-mémoire et du texte légal, de manière à ce qu'ils correspondent aux prescriptions légales.	K3
8.3.1.5	... d'expliquer avec leurs propres mots leurs droits et obligations sur la base d'un contrat donné.	K3

### **Objectif particulier**

8.3.2 Lors du déroulement d'un projet, les designers graphiques dipl. respectent le droit d'auteur.

### **Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.3.2.1	... d'expliquer avec leurs propres mots le sens et le but du droit d'auteur.	K2
8.3.2.2	... d'énumérer de mémoire les éléments du droit d'auteur.	K1
8.3.2.3	... de décrire l'effet du droit du concessionnaire à l'aide d'un exemple donné.	K3
8.3.2.4	... de décrire l'effet du droit de la personnalité à l'aide d'un exemple donné.	K3

**Objectif particulier**

8.3.3 A chaque fois qu'ils conduisent des collaborateurs, les designers graphiques dipl. respectent les conventions et les normes de travail. Ils garantissent, en outre, que leurs collaborateurs satisfont également aux conventions et normes en la matière.

**Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.3.3.1	... d'expliquer avec leurs propres mots les éléments constitutifs d'un contrat de travail.	K2
8.3.3.2	... d'expliquer avec leurs propres mots leurs droits et obligations en tant qu'employeur, sur la base d'un contrat donné.	K3
8.3.3.3	... d'expliquer avec leurs propres mots les droits et obligations de leurs collaborateurs sur la base d'un contrat donné.	K3
8.3.3.4	... d'expliquer avec leurs propres mots les éventuelles conséquences du non-respect des conventions du droit du travail.	K2
8.3.3.5	... de formuler des contrats de travail non complexes à l'aide de listes aide-mémoire et du texte légal, de manière à ce qu'ils correspondent aux prescriptions légales.	K3
8.3.3.6	... de garantir à l'aide de mesures adéquates que les accords relatifs aux conventions du droit du travail soient respectés par les collaborateurs.	K3

**Objectif particulier**

8.3.5 A chaque fois qu'ils élaborent des concepts, les designers graphiques dipl. clarifient les normes dont ils doivent tenir compte et garantissent leur mise en oeuvre.

**Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.3.4.1	... de se renseigner sur les normes dont ils doivent tenir compte pour un projet donné.	K3
8.3.4.2	... de garantir la mise en oeuvre des normes visées.	K3

## 8.4 Marketing, communication de marché et relations publiques

### Objectif général

Entreprises et institutions confient des tâches complexes du domaine de la communication visuelle aux designers graphiques dipl. Les attentes formulées à l'égard des designers graphiques dipl. concernent leur capacité d'analyser, en collaboration avec des experts du domaine du marketing, de la communication de marché et des relations publiques, des questions ayant trait à la communication et de trouver des solutions adéquates.

Pour qu'ils puissent effectuer avec succès les tâches qui leur sont confiées, les méthodes et instruments nécessaires seront dispensés aux designers graphiques dipl. dans le cadre de leur formation. Point fort: la communication de marché.

Compétences méthodologiques:

techniques de travail et résolution de problèmes; approche interdisciplinaire et action axée sur les processus, stratégies de l'information et de la communication, approche systémique; stratégies d'apprentissage; méthodes de conseil et de vente, techniques de créativité, comportement écologique.

Compétences sociales et personnelles:

autonomie et responsabilité; apprentissage tout au long d'une vie; capacité de communication; capacité de gérer des conflits; aptitude au travail en équipe; civilité; résistance physique et psychique.

### Objectif particulier

8.4.1 Les designers graphiques dipl. sont conscients de la fonction qu'exerce le marketing et utilisent cet instrument de communication de manière ciblée.

### Objectifs évaluateurs

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.4.1.1	... d'expliquer avec leurs propres mots la fonction du marketing en tant que base de la gestion d'entreprise.	K2
8.4.1.2	... d'expliquer avec leurs propres mots les instruments suivants du marketing : – produit (product) – prix (price) – distribution (place) – communication (promotion)	K2
8.4.1.3	... d'élaborer une stratégie de marketing à l'aide de cas simples.	K5
8.4.1.4	... d'élaborer une stratégie de communication adéquate à partir d'objectifs de marketing donnés.	K5

### Objectif particulier

8.4.2 Les méthodes d'étude de marché sont familières aux designers graphiques dipl. Pour les tâches de communication qui leur sont confiées, ces derniers utilisent activement et systématiquement les résultats des études de marché.

### Objectifs évaluateurs

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.4.2.1	... d'expliquer avec leurs propres mots trois méthodes d'étude de marché.	K2
8.4.2.2	... pour une tâche de communication, de mettre en évidence les résultats principaux d'une étude de marché donnée.	K4

8.4.2.3	... d'élaborer une stratégie de communication adéquate à partir des résultats mis en évidence.	K5
8.4.2.4	... pour une stratégie de communications donnée, de proposer une méthode adéquate (courante) permettant de mesurer le succès d'une stratégie.	K3

**Objectif particulier**

8.4.3 Les designers graphiques dipl. tiennent compte des mécanismes de psychologie de vente et de communication de marché pour toutes les tâches de communication qui leur sont confiées.

**Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.4.3.1	... d'expliquer avec leurs propres mots les mécanismes de la psychologie de vente.	K2
8.4.3.2	... d'expliquer les avantages et les inconvénients d'un modèle de motivation d'achat choisi personnellement.	K2
8.4.3.3	... d'expliquer avec leurs propres mots les éléments de base et les interdépendances de la communication de marché.	K2
8.4.3.4	... d'expliquer les méthodes de positionnement des marques à l'aide d'exemples.	K2
8.4.3.5	... d'élaborer un profil de groupe cible pour un groupe cible donné.	K4
8.4.3.6	... de proposer des signes de communication du marché permettant de toucher un groupe cible donné.	K5

**Objectif particulier**

8.4.4 Dans le cadre des tâches de communications qui leur sont confiées, les designers graphiques dipl. tiennent compte de l'influence qu'ont les relations publiques sur leur activité.

**Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.4.4.1	... d'expliquer avec leurs propres mots les principaux instruments des relations publiques.	K2
8.4.4.2	... d'expliquer avec leurs propres mots le rôle que jouent les relations publiques dans la communication de l'entreprise.	K2
8.4.4.3	... de décrire à l'aide de cas simples l'influence qu'ont les relations publiques sur leurs tâches de communication.	K3

**Objectif particulier**

8.4.5 Les designers graphiques dipl. tiennent compte des caractéristiques et des modes d'action des différents médias pour toutes les tâches de communication qui leur sont confiées.

**Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.4.5.1	... de décrire, de la perspective de la communication du marché et avec leurs propres mots, les avantages et les inconvénients des médias courants.	K2
8.4.5.2	... de décrire, de la perspective de la communication du marché et avec leurs propres mots, l'effet spécifique des médias courants.	K2
8.4.5.3	... de sélectionner les médias adéquats à une tâche de communication donnée.	K6

## 8.5 Design des médias

### **Objectif général**

Les designers graphiques dipl. sont chargés par les entreprises ou institutions de mettre en œuvre les stratégies de communication générales à l'aide des moyens appropriés. Dans ce cadre, leurs tâches consistent en l'analyse des contenus de la stratégie et le développement d'un concept créatif cohérent. Sur la base de concept se déroule l'étape principale, le design des médias choisis.

Pour que les designers graphiques dipl. soient en mesure de réaliser des travaux pertinents et en accord avec la stratégie, les méthodes et outils analytiques, conceptuels et créatifs nécessaires leur seront dispensés dans le cadre de leur formation.

Compétences méthodologiques :

Techniques de travail et résolution de problèmes ; approche interdisciplinaire et action axée sur les processus, stratégies de l'information et de la communication, approche systémique ; stratégies d'apprentissage ; méthodes de conseil et de vente, techniques de créativité, techniques de présentation, comportement écologique.

Compétences sociales et personnelles :

Autonomie et responsabilité ; apprentissage tout au long d'une vie ; capacité de communication ; capacité de gérer des conflits ; aptitude au travail en équipe ; civilité ; résistance physique et psychique.

### **Objectif particulier**

8.5.1 A chaque fois qu'ils créent des médias, les designers graphiques dipl. analysent tout d'abord les contenus de la stratégie de communication et, se basant sur ces derniers, développent un solide concept créatif. Ils justifient cette démarche de manière professionnelle et plausible.

### **Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.5.1.1	... de mettre en évidence les aspects significatifs pour la conception des médias choisis en se basant sur une stratégie de communication donnée.	K4
8.5.1.2	... de développer un concept créatif pour les médias choisis, de manière à atteindre pleinement les objectifs de communication désirés.	K5
8.5.1.3	... de présenter le concept créatif de manière professionnelle en justifiant de manière compréhensible les idées sur lesquelles il repose.	K5

### **Objectif particulier**

8.5.2 Lors de la création des médias, les designers graphiques mettent en œuvre les outils créatifs et dramaturgiques de manière à atteindre les objectifs fixés dans la stratégie de communication.

### **Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.5.2.1	... d'expliquer avec leurs propres mots les différents effets obtenus par les médias statiques, mobiles et interactifs.	K2
8.5.2.2	... d'expliquer avec leurs propres mots les effets du même moyen de conception (proportion, couleur, forme, typographie etc.) en liaison avec les médias courants.	K2

8.5.2.3	... d'employer les moyens de conception de manière à obtenir l'effet désiré indépendamment du média utilisé.	K5
8.5.2.4	... d'expliquer selon les règles de l'art les différences dramaturgiques existant entre les médias statiques, mobiles et interactifs.	K2
8.5.2.5	... d'expliquer selon les règles de l'art les différents moyens dramaturgiques d'un média donné.	K3

8.5.2.6	... d'employer les moyens dramaturgiques de manière à obtenir l'effet désiré, indépendamment du média utilisé.	K5
8.5.2.7	... de créer les médias choisis de manière à atteindre les objectifs définis dans la stratégie de communication.	K5

**Objectif particulier**

8.5.3 Les designers graphiques dipl. contribuent activement au succès de la production des médias.

**Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.5.3.1	... de décrire en détail la production des médias courants en employant les termes techniques usuels.	K2
8.5.3.2	... d'accomplir correctement les tâches qui leur sont confiées pour la production des médias.	K3

## 8.6 Corporate design

### **Objectif général**

Les designers graphiques dipl. sont chargés par les entreprises ou institutions de développer un corporate design. Dans ce cadre, leur tâche principale est d'utiliser les médias visuels de manière à former une image visuelle solide recouvrant tous les médias et soutenant les objectifs généraux de la corporate identity. Après la conception, les designers graphiques dipl. assurent le suivi et le conseil de l'entreprise et/ou de l'institution lors de l'implémentation du corporate design. Pour atteindre les objectifs visés, les conditions suivantes sont nécessaires : pensée analytique et conceptuelle ; mode de travail structuré et ouvert au travail en équipe.

Pour qu'ils puissent accomplir avec succès les tâches qui leur sont confiées, les méthodes analytiques, conceptuelles et créatives nécessaires seront dispensées aux designers graphiques dipl. dans le cadre de leur formation.

Compétences méthodologiques :

techniques de travail et résolution de problèmes ; approche interdisciplinaire et action axée sur les processus, stratégies de l'information et de la communication, approche systémique ; stratégies d'apprentissage ; méthodes de conseil et de vente, techniques de créativité, techniques de présentation, comportement écologique.

Compétences sociales et personnelles :

autonomie et responsabilité ; apprentissage tout au long d'une vie ; capacité de communication ; capacité de gérer des conflits ; aptitude au travail en équipe ; civilité ; résistance physique et psychique.

### **Objectif particulier**

8.6.1 Des designers graphiques dipl. sont conscients des aspects historiques et culturels du corporate design. Lorsqu'ils accomplissent les tâches qui leurs sont confiées, ceux-ci font systématiquement et activement valoir ces connaissances.

#### **Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.6.1.1	... d'expliquer avec leurs propres mots les périodes historiques du développement de la corporate identity.	K2
8.6.1.2	... de classer deux corporate identities appartenant au passé dans les périodes correspondantes.	K3
8.6.1.3	... à l'aide des corporate identities données, appartenant au passé, signaler les caractéristiques typiques de ces dernières par rapport au contexte historique.	K4
8.6.1.4	... motiver une image visuelle de conception propre en fonction de son contexte historique et culturel.	K4

### **Objectif particulier**

8.6.2 Pour toutes les tâches du domaine du corporate design qui leur sont confiées, les designers graphiques dipl. tiennent compte des aspects de la gestion d'entreprise et sont conscients des répercussions de ces derniers sur l'entreprise.

#### **Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.6.2.1	... d'expliquer avec leurs propres mots les notions importantes ayant trait à la corporate	K2



	identity et au corporate design.	
8.6.2.2	... d'expliquer avec leurs propres mots l'utilité que revêt, pour une entreprise, la stratégie de corporate identity.	K2
8.6.2.3	... d'expliquer avec leurs propres mots l'influence d'une stratégie de corporate identity sur le corporate design.	K2
8.6.2.4	... de décrire les opportunités et les risques d'un corporate design donné.	K4
8.6.2.5	... de concevoir un corporate design de manière à soutenir les objectifs économiques visés.	K5

### **Objectif particulier**

8.6.3 Pour toutes les tâches du domaine du corporate design qui leur sont confiées, les designers graphiques dipl. tiennent compte des aspects communicatifs et psychologiques et sont conscients des répercussions de ces derniers sur l'entreprise.

### **Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.6.3.1	... de décrire avec leurs propres mots la notion d'identité.	K2
8.6.3.2	... de décrire avec leurs propres mots la différence entre identité monolithique et identité assistée.	K2
8.6.3.3	... de décrire avec leurs propres mots deux possibilités de contrôler l'effet d'une stratégie de corporate identity.	K2
8.6.3.4	... de décrire les aspects communicatifs et créatifs d'un programme de corporate design qui leur est présenté.	K4
8.6.3.5	... de réaliser un concept d'image visuelle de manière à atteindre l'effet communicatif et psychologique désiré sur le groupe cible.	K5

### **Objectif particulier**

8.6.4 Les designers graphiques dipl. développent le concept créatif d'un corporate design sur la base d'un briefing donné, qui leur sera remis par les mandants. Ils justifient leurs intentions de manière professionnelle et plausible.

### **Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.6.4.1	... de faire ressortir d'un briefing pour un projet de corporate design les aspects qui s'avèrent importants pour leur travail.	K4
8.6.4.2	... de définir les intentions créatrices sur la base d'un briefing donné.	K5
8.6.4.3	... de développer un corporate design de manière à atteindre pleinement l'objectif du mandat.	K5
8.6.4.4	... de présenter de manière professionnelle une proposition de conception en justifiant de manière compréhensible les idées sur lesquelles elle repose.	K5

### **Objectif particulier**

8.6.5 Les designers graphiques dipl. sont conscients de la marche à suivre pour la mise en oeuvre et l'implémentation d'un corporate design dans une entreprise. Lors de l'introduction et de l'ancrage durable d'un corporate design, ces derniers appliquent de manière active et systématique les outils de planification, pilotage et contrôle.

### **Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.6.5.1	... de décrire avec leurs propres mots la fonction d'un manuel de corporate design.	K2
8.6.5.2	... de développer eux-mêmes un manuel complet doté d'une structure logique pour un corporate design de leur propre conception.	K5
8.6.5.3	... de développer une stratégie pour implanter dans une entreprise un corporate design élaboré personnellement.	K5
8.6.5.4	... développer un modèle permettant de garantir la stabilité d'un programme de corporate design qui a été introduit dans une entreprise.	K5
8.6.5.5	... de sélectionner le bon outil parmi les outils communément utilisés pour mesurer le succès d'une corporate identity et/ou d'un corporate design.	K3

## 8.7 Brand Design

### ***Objectif général***

Les designers graphiques dipl. encadrent et conseillent les entreprises et les institutions dans le cadre du développement et de la conduite de marques. Ils sont chargés de concevoir et de créer tous les médias visuels de manière à atteindre les objectifs définis dans la stratégie de branding. Pour réaliser cette tâche, ils doivent disposer des capacités suivantes: pensée analytique et conceptuelle; mode de travail structuré et ouverture au travail en équipe.

Compétences méthodologiques :

Techniques de travail et résolution de problèmes ; approche interdisciplinaire et action axée sur les processus, stratégies de l'information et de la communication, approche systémique ; stratégies d'apprentissage ; méthodes de conseil et de vente, techniques de créativité, techniques de présentation, comportement écologique.

Compétences sociales et personnelles :

Autonomie et responsabilité ; apprentissage tout au long d'une vie ; capacité de communication ; capacité de gérer des conflits ; aptitude au travail en équipe ; civilité; résistance physique et psychique.

### ***Objectif particulier***

8.7.1 Les designers graphiques dipl. sont conscients des aspects historiques et culturels du design de marque. Lorsqu'ils accomplissent les tâches qui leurs sont confiées, ceux-ci font systématiquement et activement valoir ces connaissances.

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.7.1.1	... d'expliquer avec leurs propres mots les périodes historiques du développement du design de marque.	K2
8.7.1.2	... de classer deux marques appartenant au passé dans les périodes correspondantes.	K3
8.7.1.3	... à l'aide de marques données, appartenant au passé, signaler les caractéristiques typiques de ces dernières par rapport au contexte historique.	K4
8.7.1.4	... motiver une une marque (brand) de conception propre en fonction de son contexte historique et culturel.	K4

**Objectif particulier**

8.7.2 Pour toutes les tâches du domaine du branding qui leur sont confiées, les designers graphiques dipl. tiennent compte des aspects de la gestion de la marque et sont conscients des répercussions de ces derniers sur l'entreprise.

**Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.7.2.1	... de décrire les objectifs généraux de la conduite de la marque	K2
8.7.2.2	... d'expliquer l'utilité spécifique de la conduite de la marque pour l'entreprise	K2
8.7.2.3	... d'énumérer les aspects importants de la conduite de la marque.	K2

**Objectif particulier**

8.7.3 Pour toutes les tâches du domaine du branding qui leur sont confiées, les designers graphiques dipl. tiennent compte des aspects de la construction de la marque et de l'architecture des la marque et sont conscients de l'importance de celles-ci dans tout le processus de travail.

**Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.7.3.1	... de nommer deux modèles d'architecture de la marque.	K2
8.7.3.2	... de décrire un modèle de l'architecture de la marque de brand.	K2
8.7.3.3	... d'expliquer l'architecture de la marque d'une marque existante.	K4
8.7.3.4	... de décrire l'importance de la communication visuelle pour l'architecture de la marque.	K2
8.7.3.5	... d'utiliser un modèle de l'architecture de la marque dans un projet qui leur est propre.	K3

**Objectif particulier**

8.7.4 Pour toutes les tâches du domain du branding qui leur sont confiées, les designers graphiques dipl. tiennent compte des aspects du positionnement de la marque, sont conscients de son importance dans tout le processus de travail.

**Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
--	--	-------------

8.7.4.1	... de décrire la tâche du positionnement de la marque.	K2
8.7.4.2	... de décrire un modèle de positionnement de la marque.	K4
8.7.4.3	... d'énumérer les éléments constitutifs du modèle de positionnement de la marque.	K3
8.7.4.4	... de montrer le positionnement d'une marque existante à l'aide d'un modèle.	K4
8.7.4.5	... de décrire l'importance de la communication visuelle pour le positionnement de la marque.	K2
8.7.4.6	... d'utiliser le positionnement de la marque dans un projet qui leur est propre.	K3

### **Objectif particulier**

8.7.5 Pour toutes les tâches du domaine du branding qui leur sont confiées, les designers graphiques dipl. tiennent compte des tâches de la communication intégrée et sont conscients de son importance dans tout le processus de travail.

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.7.5.1	... de décrire la tâche de la communication intégrée dans le domaine du branding.	K2
8.7.5.2	... de décrire les principales caractéristiques de la communication intégrée.	K2
8.7.5.3	... d'énumérer les acteurs importants d'une communication intégrée.	K1
8.7.5.4	... de décrire quelle est la tâche de la communication visuelle dans le cadre de la communication intégrée.	K5
8.7.5.5	... d'utiliser la communication intégrée dans un projet qui leur est propre.	K2

### **Objectif particulier**

8.7.6 Les designers graphiques dipl. développent un concept de branding sur la base d'un briefing donné, qui leur sera remis par les mandants. Ils justifient leurs intentions de manière professionnelle et plausible.

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.7.6.1	... montrer les aspects importants pour leur travail à partir d'un briefing donné.	K4
8.7.6.2	... d'expliquer quelles sont les intentions d'une stratégie de branding sur la base d'un briefing donné.	K2
8.7.6.3	... de développer un projet de branding de manière à atteindre pleinement l'objectif du mandat.	K4
8.7.6.4	... de présenter de manière professionnelle la marque proposée en justifiant de manière compréhensible l'idée sur laquelle elle repose.	K4

### **Objectif particulier**

8.7.7 Les designers graphiques dipl. sont conscients de la marche à suivre pour la mise en œuvre et l'implémentation d'un projet de branding dans une entreprise. Lors de l'introduction et de l'ancrage durable de la marque, ces derniers appliquent de manière active et systématique les outils de planification, pilotage et contrôle.

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.7.7.1	... de décrire avec leurs propres mots la fonction d'un manuel de la marque.	K2
8.7.7.2	... de créer un manuel logique et complet pour une marque développée personnellement.	K5
8.7.7.3	... d'élaborer une stratégie pour l'implémentation dans une entreprise d'un branding développé personnellement.	K4
8.7.7.4	... développer un modèle permettant de garantir la stabilité d'un programme de branding qui a été introduit dans une entreprise.	K4

## 8.8 Design de l'information

### **Objectif général**

Les designers graphiques dipl. sont chargés par les entreprises ou institutions de développer un design de l'information qui soit fonctionnel. Les informations doivent pouvoir être perçues et interprétées sans équivoque par les groupes cibles les plus variés. Pour cette raison, les designers graphiques dipl. analysent le contenu des informations à transmettre ainsi que les facteurs influant sur ces dernières. Ensuite, les designers graphiques dipl. présentent explicitement les informations à l'aide des médias donnés et garantissent leur mise en œuvre technique. Ils collaborent avec des spécialistes pour le développement et la mise en œuvre.

Pour qu'ils puissent accomplir avec succès les tâches précitées, les méthodes analytiques, conceptuelles et créatives nécessaires seront dispensées aux designers graphiques dipl. dans le cadre de leur formation.

Compétences méthodologiques :

techniques de travail et résolution de problèmes ; approche interdisciplinaire et action axée sur les processus, stratégies de l'information et de la communication, approche systémique ; stratégies d'apprentissage ; méthodes de conseil et de vente, techniques de créativité, techniques de présentation, comportement écologique.

Compétences sociales et personnelles :

autonomie et responsabilité ; apprentissage tout au long d'une vie ; capacité de communication ; capacité de gérer des conflits ; aptitude au travail en équipe ; civilité ; résistance physique et psychique.

### **Objectif particulier**

8.8.1 Les designers graphiques dipl. sont conscients des différentes exigences auxquelles doit satisfaire la conception des espaces bi- et tridimensionnels ainsi que des médias statiques, mobiles et interactifs.

### **Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.8.1.1	... d'expliquer avec leurs propres mots les différents effets de la conception bi- et tridimensionnelle.	K2
8.8.1.2	... d'expliquer à l'aide d'exemples qu'ils auront choisis personnellement les différences essentielles existant entre les applications bi- et tridimensionnelles de la couleur.	K2
8.8.1.3	... d'expliquer à l'aide d'exemples qu'ils auront choisis personnellement les différences essentielles existant entre l'utilisation bi- et tridimensionnelles de la typographie.	K2
8.8.1.4	... d'expliquer avec leurs propres mots les possibilités d'utilisation ainsi que les avantages et les inconvénients des informations statiques, mobiles, dynamiques et interactives.	K2
8.8.1.5	... d'expliquer en employant les termes techniques corrects les notions de définition de l'espace, perception de l'espace, relation avec l'espace.	K2

### **Objectif particulier**

8.8.2 A chaque fois qu'ils développent un design de l'information, dans un premier temps, les designers graphiques dipl. analysent les contenus des informations à transmettre ainsi que les facteurs d'influence.

### Objectifs évaluateurs

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.8.2.1	... de faire ressortir les contenus des informations à transmettre ainsi que leur structure dans le cadre d'un projet donné.	K4
8.8.2.2	... de classer dans un ordre logique les contenus d'information qu'ils ont mis en évidence.	K4
8.8.2.3	... de décrire les interactions existant entre les contenus d'informations qu'ils ont mis en évidence.	K4
8.8.2.4	... de signaler les limites suivantes de la perception ainsi que les conséquences qu'ont ces dernières pour la communication : – biologiques/médicales – de l'espace – acoustiques – culturelles/linguistiques – climatiques	K2
8.8.2.5	... de décrire les caractéristiques, exigences et réserves du ou des groupes cibles dans le cadre d'un projet donné.	K4
8.8.2.6	... de faire ressortir les ultérieurs facteurs d'influence s'avérant significatifs pour le design de l'information dans le cadre d'un projet donné.	K4

### Objectif particulier

8.8.3 Les designers graphiques dipl. développent le concept créatif d'un design de l'information en se basant sur les résultats de leur analyse approfondie. Ils justifient leurs intentions de manière professionnelle et plausible.

### Objectifs évaluateurs

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.8.3.1	... de définir les intentions créatrices sur la base des résultats de leur analyse.	K5
8.8.3.2	... à l'aide des médias donnés, de développer un design de l'information de manière à ce que le public cible en perçoive explicitement les informations.	K5
8.8.3.3	... de présenter de manière professionnelle une proposition de création en justifiant de manière compréhensible les idées sur lesquelles elle repose.	K5

### Objectif particulier

8.8.4 Les designers graphiques dipl. se chargent de manière professionnelle du suivi de la mise en oeuvre du design de l'information.

### Objectifs évaluateurs

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.8.4.1	... à l'aide des objets qui leurs sont présentés, d'identifier correctement les principaux matériaux ainsi que les principales techniques de production.	K2
8.8.4.2	... de proposer les matériaux et techniques de production appropriées dans le cadre d'un projet donné.	K6



8.8.4.3	... de décrire selon les règles de l'art les démarches de la mise en œuvre du design de l'information.	K2
8.8.4.4	... de déterminer quels seront les spécialistes auxquels ils feront appel pour l'ultérieur développement et la mise en œuvre dans le cadre d'un projet donné.	K4
8.8.4.5	... d'énumérer les documents nécessaires à l'accomplissement de la tâche des spécialistes cités sous 7.4.4.	K3
8.8.4.6	... de déterminer les conditions externes qui doivent être clarifiées en amont dans le cadre d'un projet donné.	K4
8.8.4.7	... d'assurer la logistique dans le cadre d'un projet donné.	K5
8.8.4.8	... d'assurer la mise en œuvre des exigences écologiques dans le cadre d'un projet donné.	K3

## 8.9 Design d'interaction

### ***Objectif général***

Les designers graphiques dipl. sont capables de développer et de concevoir des projets dans le domaine du design d'interaction. Ils connaissent les moyens techniques et créatifs et savent les mettre en œuvre de manière ciblée. Pour la planification et la mise en œuvre, ils collaborent avec des spécialistes en la matière. Pour atteindre les objectifs visés, les conditions suivantes sont nécessaires : pensée analytique et conceptuelle; mode de travail structuré et ouvert au travail en équipe.

Pour qu'ils puissent accomplir avec succès les tâches qui leur sont confiées, les méthodes analytiques, conceptuelles et créatives ainsi que les instruments médias nécessaires seront dispensés aux designers graphiques dipl. dans le cadre de leur formation.

Compétences méthodologiques :

Techniques de travail et résolution de problèmes ; approche interdisciplinaire et action axée sur les processus, stratégies de l'information et de la communication, approche systémique ; stratégies d'apprentissage ; méthodes de conseil et de vente, techniques de créativité, techniques de présentation, comportement écologique.

Compétences sociales et personnelles :

Autonomie et responsabilité ; apprentissage tout au long d'une vie ; capacité de communication ; capacité de gérer des conflits ; aptitude au travail en équipe ; civilité; résistance physique et psychique.

### **Objectif particulier**

8.9.1 Les designers graphiques dipl. sont conscients des aspects historiques et culturels des médias numériques. Lorsque'ils accomplissent les tâches qui leurs sont confiées, ceux-ci font systématiquement et activement valoir ces connaissances.

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.9.1.1	... d'expliquer avec leurs propres mots les périodes historiques du développement des médias numériques.	K2

### **Objectif particulier**

8.9.2 Pour toutes les tâches du domaine du design d'interaction qui leur sont confiées, les designers graphiques dipl. tiennent compte des aspects de la gestion d'entreprise et sont conscients des répercussions de ces derniers sur l'entreprise.

### **Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.9.2.1	... d'expliquer avec leurs propres mots les notions importantes ayant trait au design d'interaction.	K2
8.9.2.2	... d'expliquer avec leurs propres mots l'utilité que revêt, pour une entreprise, le design d'interaction.	K2
8.9.2.3	... de décrire les opportunités et les risques d'un projet de design d'interaction donné.	K4

### **Objectif particulier**

8.9.3 Pour toutes les tâches du domaine du design d'interaction qui leur sont confiées, les designers graphiques dipl. tiennent compte des aspects communicatifs et psychologiques et sont conscients des répercussions de ces derniers sur les groupes cibles.

### **Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.9.3.1	... d'expliquer avec leurs propres mots le terme de design d'interaction.	K2
8.9.3.2	... d'expliquer avec leurs propres mots la différence entre différentes plates-formes médias.	K2
8.9.3.3	... d'expliquer avec leurs propres mots des possibilités de contrôler l'effet de stratégies interactives.	K2
8.9.3.4	... de décrire les aspects communicatifs et créatifs du design d'interaction.	K4

### **Objectif particulier**

8.9.4 Les designers graphiques dipl. développent le design d'interaction sur la base d'un briefing donné, qui leur sera remis par les mandants. Ils justifient leurs intentions de manière professionnelle et plausible et planifie leur collaboration avec des spécialistes en matière.

### **Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.9.4.1	... de faire ressortir d'un briefing pour un projet de design d'interaction les aspects qui s'avèrent importants pour leur travail.	K4
8.9.4.2	... de définir les intentions d'une stratégie de design d'interaction sur la base d'un briefing donné.	K4
8.9.4.3	... de développer un projet de design d'interaction de manière à atteindre pleinement l'objectif du mandat.	K5
8.9.4.4	... de présenter de manière professionnelle le projet de design d'interaction proposé en justifiant de manière compréhensible les idées sur lesquelles il repose.	K5

### **Objectif particulier**

8.9.5 Les designers graphiques dipl. sont conscients de la marche à suivre pour la planification, la mise en œuvre et l'implémentation d'un projet de design d'interaction dans une entreprise. Lors de l'introduction et de l'ancrage durable d'un projet de design d'interaction, ces derniers appliquent de manière active et systématique les outils de planification, pilotage et contrôle.

### **Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.9.5.1	... de décrire avec leurs propres mots la fonction du pilotage du projet de design d'interaction.	K2
8.9.5.2	... de justifier le pilotage du projet de design d'interaction pour l'implémentation dans une entreprise.	K4

## 8.10 Conception d'expositions et de stands de foires

### **Objectif général**

Les designers graphiques dipl. sont chargés par les entreprises, les institutions et les autorités de réaliser la conception d'expositions et de stands de foires regroupant à la fois les expositions d'information et de présentation sans but lucratif et les foires de vente et de promotion à caractère commercial. Le développement d'un concept général de création constitue la tâche principale des designers graphiques dipl. Pour l'ultérieur développement et la mise en oeuvre du projet, ceux-ci feront appel à des spécialistes de différentes disciplines.

Pour qu'ils puissent accomplir avec succès les tâches qui leur sont confiées, les méthodes conceptuelles et créatives ainsi que les instruments et connaissances techniques nécessaires seront dispensées aux designers graphiques dipl. dans le cadre de leur formation.

Compétences méthodologiques :

techniques de travail et résolution de problèmes ; approche interdisciplinaire et action axée sur les processus, stratégies de l'information et de la communication, approche systémique ; stratégies d'apprentissage ; méthodes de conseil et de vente, techniques de créativité, techniques de présentation, comportement écologique.

Compétences sociales et personnelles :

autonomie et responsabilité ; apprentissage tout au long d'une vie ; capacité de communication ; capacité de gérer des conflits ; aptitude au travail en équipe ; civilité ; résistance physique et psychique.

### **Objectif particulier**

8.10.1 Les designers graphiques dipl. sont conscients des aspects de la communication dans le cadre de la conception d'expositions et de stands de foires.

#### **Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.10.1.1	... d'expliquer avec leurs propres mots trois différentes idées relatives à la conception d'expositions et de stands de foire.	K2
8.10.1.2	... de décrire les avantages et les inconvénients des idées suivantes à l'aide d'un exemple : – expositions et/ou stands de foire avec itinéraire – expositions et/ou stands de foire sans itinéraire	K2
8.10.1.3	... de faire ressortir les principales caractéristiques de la conception communicative sur la base des expositions et/ou stands de foire donnés.	K4
8.10.1.4	... d'expliquer l'influence des prescriptions de corporate design données sur la conception des expositions et des stands de foire.	K3
8.10.1.5	... d'expliquer l'influence des stratégies d'information, de marketing et de positionnement données sur la conception des expositions et des stands de foire.	K4

### **Objectif particulier**

8.10.2 Les designers graphiques dipl. utilisent systématiquement et en se focalisant sur la solution, la conception en espaces bi- et tridimensionnels. Ils sélectionnent, en outre, les médias statiques, mobiles et interactifs de manière à ce que les contenus à transmettre atteignent le mieux possible les groupes cibles.

### Objectifs évaluateurs

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.10.2.1	... d'expliquer en employant les termes techniques corrects les notions de définition de l'espace, perception de l'espace, relation avec l'espace.	K2
8.10.2.2	... de décrire, à l'aide d'un exemple et en employant les termes techniques appropriés, la finalité d'une division de l'espace en zones.	K2
8.10.2.3	... d'expliquer avec leurs propres mots l'influence qu'exerce la visite libre d'une exposition ou d'un stand de foire sur la perception.	K2
8.10.2.4	... d'expliquer avec leurs propres mots les différents effets de la conception bi- et tridimensionnelle.	K2
8.10.2.5	... d'expliquer à l'aide d'exemples qu'ils auront choisis personnellement les principales différences existant entre les applications bi- et tridimensionnelles de la couleur.	K2
8.10.2.6	... d'expliquer à l'aide d'exemples qu'ils auront choisis personnellement les différences essentielles existant entre l'utilisation bi- et tridimensionnelles de la typographie.	K2
8.10.2.7	... d'expliquer avec leurs propres mots les possibilités d'utilisation ainsi que les avantages et les inconvénients des informations statiques, mobiles, dynamiques et interactives.	K2
8.10.2.8	... de choisir, à l'aide de cas donnés, les méthodes appropriées de la conception, de la mise en scène et de la dramaturgie avec lesquelles l'attention des visiteurs de l'exposition ou du stand de foire pourra être dirigée.	K6
8.10.2.9	... de proposer un média approprié pour un contenu donné, devant être transmis dans le cadre d'une exposition ou d'une foire.	K6

### Objectif particulier

8.10.3 Les designers graphiques dipl. développent le concept créatif d'expositions et de stands de foire sur la base d'un briefing donné, qui leur sera remis par les mandants. Ils justifient leurs intentions de manière professionnelle et plausible.

### Objectifs évaluateurs

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.10.3.1	... à partir d'un briefing pour la conception d'une exposition et d'un stand de foire, de faire ressortir les aspects qui s'avèrent importants pour leur travail.	K4
8.10.3.2	... de définir les intentions créatrices sur la base d'un briefing donné.	K5
8.10.3.3	... de développer une exposition ou un stand de foire de manière à atteindre pleinement l'objectif du mandat.	K5
8.10.3.4	... de présenter de manière professionnelle une proposition de conception en justifiant de manière compréhensible les idées sur lesquelles elle repose.	K5

### Objectif particulier

8.10.4 Les designers graphiques dipl. sont conscients de l'importance que revêtent les conditions cadre techniques et écologiques lors de la conception, du développement et de la mise en œuvre d'expositions et de stands de foire. Ils font valoir systématiquement et activement leurs connaissances lors de la collaboration avec les spécialistes de diverses disciplines.

## Objectifs évaluateurs

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.10.4.1	... de décrire avec leurs propres mots quatre systèmes d'exposition disponibles sur le marché ainsi que leurs avantages et leurs inconvénients.	K2
8.10.4.2	... de motiver à l'aide d'un exemple quand il s'avère avantageux d'utiliser un système d'exposition développé personnellement.	K2
8.10.4.3	... de montrer pour un projet donné de type simple, à quelles exigences constructives doit satisfaire le stand de foire souhaité.	K3
8.10.4.4	... dans le cadre d'un projet donné, de déterminer quels seront les spécialistes auxquels ils feront appel pour l'ultérieur développement et la mise en œuvre.	K4
8.10.4.5	... d'énumérer les documents nécessaires à l'accomplissement du mandat des spécialistes cités sous 8.4.4.	K3
8.10.4.6	... dans le cadre d'un projet donné, de déterminer les conditions externes qui doivent être clarifiées avant le montage du stand.	K4
8.10.4.7	... dans le cadre d'un projet donné, de déterminer quelles sont les conditions nécessaires à l'approvisionnement logistique pendant la période d'existence du stand.	K3
8.10.4.8	... d'assurer la logistique dans le cadre d'un projet donné.	K5
8.10.4.9	... d'assurer la mise en œuvre des exigences écologiques dans le cadre d'un projet donné.	K3

## 8.11 Design d'emballage

### **Objectif général**

Les entreprises chargent les designers graphiques dipl. de concevoir des emballages. Cela concerne à la fois les emballages de transport, de protection et de stockage et les emballages de présentation de marchandises et de vente. La tâche principale des designers graphiques dipl. est la conception d'emballages par pièce ainsi que le développement de concepts créatifs pour des séries. Pour l'ultérieur développement et la réalisation, ceux-ci collaboreront avec des spécialistes du domaine du marketing et de la technique.

Pour qu'ils puissent accomplir avec succès les tâches qui leur sont confiées, les méthodes conceptuelles et créatives ainsi que instruments et connaissances techniques nécessaires seront dispensées aux designers graphiques dipl. dans le cadre de leur formation.

Compétences méthodologiques :

techniques de travail et résolution de problèmes ; approche interdisciplinaire et action axée sur les processus, stratégies de l'information et de la communication, approche systémique ; stratégies d'apprentissage ; méthodes de conseil et de vente, techniques de créativité, techniques de présentation, comportement écologique.

Compétences sociales et personnelles :

autonomie et responsabilité ; apprentissage tout au long d'une vie ; capacité de communication ; capacité de gérer des conflits ; aptitude au travail en équipe ; civilité ; résistance physique et psychique.

### **Objectif particulier**

8.11.1 Les designers graphiques dipl. sont conscients des aspects communicatifs du domaine de la conception des emballages.

#### **Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.11.1.1	... d'expliquer avec leurs propres mots les termes point of sale et point of purchase.	K2
8.11.1.2	... d'expliquer à l'aide d'exemples simples donnés de quelle manière la conception d'un emballage influence la conception du point de vente.	K3
8.11.1.3	... à l'aide d'exemples simples donnés, d'expliquer comment il est possible de contrôler l'effet d'un emballage sur le point de vente.	K3
8.11.1.4	... à l'aide d'un point de vente donné, de faire ressortir les aspects importants de la composition d'un emballage.	K4

### **Objectif particulier**

8.11.2 Les designers graphiques dipl. sont conscient des aspects techniques, ergonomiques, économiques et écologiques de la conception des emballages et les intègrent systématiquement et activement dans le processus de développement.

#### **Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.11.2.1	... d'expliquer avec leurs propres mots les notions suivantes : - produit emballé - matériau d'emballage - emballage - accessoire d'emballage - unité de conditionnement	K2



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- emballage à usage unique et à usage multiple</li> <li>- conditionnement</li> <li>- emballage de transport</li> <li>- suremballage</li> <li>- emballage de vente</li> </ul>	
8.11.2.2	... de décrire avec leurs propres mots six groupes important de produits emballés.	K2
8.11.2.3	... d'expliquer avec leurs propres mots les fonctions primaires, secondaires et tertiaires des emballages.	K2
8.11.2.4	... de montrer à l'aide de cas simples donnés quelles sont les exigences auxquelles doit satisfaire un emballage pendant son utilisation dans un réseau logistique.	K3
8.11.2.5	... de montrer à l'aide de cas simples donnés quelles sont les exigences ergonomiques auxquelles doit satisfaire un emballage.	K3
8.11.2.6	... de montrer à l'aide de cas simples donnés quelles sont les exigences économiques auxquelles doit satisfaire un emballage.	K3
8.11.2.7	... de montrer à l'aide de cas simples donnés quelles sont les exigences écologiques auxquelles doit satisfaire un emballage.	K3
8.11.2.8	... de montrer à l'aide de cas simples donnés quelles sont les exigences en matière de techniques de sécurité auxquelles doit satisfaire un emballage.	K3
8.11.2.9	... de se renseigner sur les normes en vigueur dont ils doivent tenir compte pour un produit emballé.	K3
8.11.2.10	... de décrire avec leurs propres mots les avantages et les inconvénients d'emballages qui leur sont présentés.	K3
8.11.2.11	... de proposer un emballage adéquat pour un produit donné disposant d'une stratégie de présentation de la marchandise.	K6

#### **Objectif particulier**

8.11.3 Les designers graphiques dipl. développent le concept créatif d'emballages sur la base d'un briefing donné, qui leur sera remis par les mandants. Ils justifient leurs intentions de manière professionnelle et plausible.

#### **Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.11.3.1	... de faire ressortir d'un briefing relatif à un emballage les aspects qui s'avèrent importants pour leur travail.	K4
8.11.3.2	... de définir les intentions créatrices sur la base d'un briefing donné.	K5
8.11.3.3	... de développer un emballage de manière à atteindre pleinement l'objectif du mandat.	K5
8.11.3.4	... de présenter selon les règles de l'art une proposition de conception en justifiant de manière compréhensible les idées sur lesquelles elle repose.	K5

#### **Objectif particulier**

8.11.4 Les designers graphiques dipl. sont conscients de l'importance que revêtent les conditions cadre de la technique de production pour la conception, le développement et la mise en œuvre d'emballages. Ils font valoir systématiquement et activement leurs connaissances pendant leur collaboration avec les spécialistes de diverses disciplines.

**Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.11.4.1	... de décrire les étapes d'un emballage, du développement à la production, en employant les termes techniques corrects.	K2
8.11.4.2	... d'expliquer tous les aspects importants de l'imprimabilité d'un emballage neutre donné.	K3
8.11.4.3	... de montrer à l'aide de cas donnés quelles prescriptions de la technique de production sont à respecter lors de la réalisation d'un emballage.	K3
8.11.4.4	... de décrire à l'aide de cas donnés et en employant les termes techniques corrects l'intégralité des documents de production.	K3

## 8.12 Design didactique

### **Objectif général**

Les institutions de formation comme les maisons d'édition ou les écoles chargent les designers graphiques dipl. de concevoir différents supports didactiques. Leur tâche principale est d'adapter les contenus, qu'ils doivent transmettre à travers ces supports didactiques, aux groupes cibles visés ainsi qu'aux méthodes d'enseignement. Le développement et la réalisation d'un support didactique sont pilotés par une équipe d'auteurs ainsi que d'autres spécialistes. Les designers graphiques dipl. garantissent la qualité des supports didactiques lors de la fabrication technique.

Pour qu'ils puissent accomplir avec succès les tâches de conception des supports didactiques qui leur sont confiées, les méthodes générales et didactiques ainsi les capacités créatrices et les connaissances techniques nécessaires seront dispensées aux designers graphiques dipl. dans le cadre de leur formation.

Compétences méthodologiques :

techniques de travail et résolution de problèmes ; approche interdisciplinaire et action axée sur les processus, stratégies de l'information et de la communication, approche systémique ; stratégies d'apprentissage ; méthodes de conseil et de vente, techniques de créativité, techniques de présentation, comportement écologique.

Compétences sociales et personnelles :

autonomie et responsabilité ; apprentissage tout au long d'une vie ; capacité de communication ; capacité de gérer des conflits ; aptitude au travail en équipe ; civilité ; résistance physique et psychique.

### **Objectif particulier**

8.12.1 Les designers graphiques dipl. sont des partenaires compétent(e)s du domaine du développement des médias de l'enseignement. Ceux-ci intègrent activement et systématiquement leurs connaissances dans le processus de développement.

### **Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.12.1.1	... d'expliquer avec leurs propres mots les méthodes d'enseignement suivantes : – exposé – exercices – excursion – activité de projet – étude autodidacte	K2
8.12.1.2	... d'expliquer avec leurs propres mots les avantages et les inconvénients que présentent les méthodes d'enseignement définies sous 10.1.1.	K2
8.12.1.3	... de proposer les médias appropriés à une méthode d'enseignement donnée ainsi qu'à un groupe cible prédéfini.	K4

### **Objectif particulier**

8.12.2 Pour la conception de supports didactiques, les designers graphiques dipl. sont conscients de l'importance que revêt le comportement d'apprentissage et de communication du groupe cible.

### Objectifs évaluateurs

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.12.2.1	... de décrire avec leurs propres mots le comportement d'apprentissage et de communication de différentes classes d'âge.	K2
8.12.2.2	... d'expliquer à l'aide d'exemples ce que signifie la prise en compte adéquate du groupe cible ainsi que l'échelonnement approprié d'un support didactique.	K2
8.12.2.3	... d'expliquer à l'aide d'exemples l'influence qu'exercent les (masses) médias sur le comportement de communication d'un groupe cible.	K2
8.12.2.4	... d'expliquer quel effet a le comportement d'apprentissage et de communication d'un groupe cible donné sur le contenu et la conception d'un support didactique.	K4

### Objectif particulier

8.12.3 Les designers graphiques dipl. développent le concept créatif de supports didactiques sur la base d'un briefing, qui leur sera remis par les mandants. Ils justifient leurs intentions de manière professionnelle et plausible.

### Objectifs évaluateurs

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.12.3.1	... de faire une analyse comparative de l'utilisation des moyen créatifs en se basant sur deux supports didactiques présentés.	K4
8.12.3.2	... de faire ressortir d'un briefing relatif à un projet de support didactique les aspects qui s'avèrent importants pour leur travail.	K4
8.12.3.3	... de définir les intentions créatrices sur la base d'un briefing donné.	K5
8.12.3.4	... de développer un support didactique pour un groupe cible et un contenu donnés de manière à atteindre les objectifs didactiques visés.	K5
8.12.3.5	... de présenter de manière professionnelle une proposition de conception en justifiant de manière compréhensible l'idée sur laquelle elle repose.	K5
8.12.3.6	... de proposer une méthode adaptée à la mesure du succès d'un support didactique de conception propre.	K3

### Objectif particulier

8.12.4 Les designers graphiques dipl. contribuent activement au succès de la production des supports didactiques.

### Objectifs évaluateurs

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.12.4.1	... de décrire de manière détaillée et en employant les termes techniques corrects le processus de fabrication d'un support didactique.	K2
8.12.4.2	... d'accomplir correctement les tâches qui leur incombent dans le cadre de la fabrication technique d'un support didactique.	K3

### 8.13 Illustration

#### **Objectif général**

Les designers graphiques dipl. sont chargés par les entreprises, les institutions et les autorités de réaliser des illustrations. Les tâches principales des designers graphiques dipl. sont de saisir, structurer, représenter graphiquement des continus et relations d'ensemble complexes et de créer de nouvelles associations. Si leur tâche le requiert, les designers graphiques dipl. travaillent également en équipe ou avec des spécialistes, en assumant le rôle de mandant.

Pour qu'ils puissent accomplir avec succès les tâches qui leurs sont confiées, des connaissances générales sur les formes visuelles des différentes cultures et époques ainsi que les capacités artisanales et techniques nécessaires seront dispensées aux designers graphiques dipl. dans le cadre de leur formation.

Compétences méthodologiques :

techniques de travail et résolution de problèmes ; approche interdisciplinaire et action axée sur les processus, stratégies de l'information et de la communication, approche systémique ; stratégies d'apprentissage ; méthodes de conseil et de vente, techniques de créativité, techniques de présentation, comportement écologique.

Compétences sociales et personnelles :

autonomie et responsabilité ; apprentissage tout au long d'une vie ; capacité de communication ; capacité de gérer des conflits ; aptitude au travail en équipe ; civilité ; résistance physique et psychique.

#### **Objectif particulier**

8.13.1 Les designers graphiques dipl. sont conscients des aspects relatifs à la tradition culturelle de l'illustration.

#### **Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.13.1.1	... d'expliquer les caractéristiques de trois époques à travers des personnalités de l'art, de la musique, de la littérature et de l'architecture.	K2
8.13.1.2	... de classer deux œuvres données ( art, musique, littérature ou architecture ) du passé dans leurs époques correspondantes.	K3
8.13.1.3	... de faire ressortir les contenus et les relations d'ensemble d'une composition picturale donnée, datant du passé.	K4

#### **Objectif particulier**

8.13.2 A chaque fois qu'ils réalisent des illustrations, les designers graphiques dipl. analysent dans un premier temps les faits sur lesquels elles reposent.

#### **Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.13.2.1	... d'expliquer avec leurs propres mots les notions de connotation et d'iconographie.	K2
8.13.2.2	... de faire ressortir les aspects caractéristiques d'un thème iconographique donné.	K4
8.13.2.3	... de faire ressortir les aspects suivants d'un texte donné :	K4

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- le genre du texte</li> <li>- les contenus</li> <li>- la structure</li> <li>- le contexte</li> </ul>	
--	--	--

### **Objectif particulier**

8.13.3 Lors de la réalisation d'une illustration, les designers graphiques dipl. utilisent la dramaturgie, ses caractéristiques, moyens stylistiques, techniques et possibilités, de manière ciblée et adaptée au choix du média.

### **Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.13.3.1	... d'expliquer à l'aide d'exemples certaines caractéristiques types de l'illustration.	K2
8.13.3.2	... de décrire à l'aide d'exemples les principaux moyens stylistiques et leurs possibilités spécifiques.	K2
8.13.3.3	... de décrire à l'aide de cas donnés l'effet qu'éveillent les moyens stylistiques utilisés chez le spectateur.	K4
8.13.3.4	... de décrire à l'aide d'exemples les principales techniques et leurs possibilités spécifiques.	K2
8.13.3.5	... d'expliquer à l'aide d'exemples les moyens suivants de la dramaturgie : <ul style="list-style-type: none"> <li>- le champ de vision</li> <li>- la composition de l'image</li> <li>- le déroulement</li> </ul>	K2
8.13.3.6	... d'expliquer avec leurs propres mots trois applications de l'illustration.	K2
8.13.3.7	... d'expliquer avec leurs propres mots une application tridimensionnelle de l'illustration.	K2
8.13.3.8	... de faire ressortir les forces et faiblesses d'une illustration qui leur est présentée.	K4
8.13.3.9	... de proposer les moyens stylistiques et les techniques appropriées à un contenu et à un média donné.	K6
8.13.3.10	... d'expliquer avec leurs propres mots une application agité.	K2

### **Objectif particulier**

8.13.4 Les designers graphiques dipl. réalisent des illustrations en se basant sur un briefing qui leur sera remis par le mandant. Une fois les illustrations réalisées, les designers graphiques dipl. justifient leurs intentions de manière professionnelle et plausible.

### **Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.13.4.1	... de faire ressortir d'un briefing sur les illustrations les aspects qui s'avèrent importants pour leur travail.	K4
8.13.4.2	... de définir les intentions créatrices sur la base d'un briefing donné.	K5

8.13.4.3	... de transposer des faits donnés en une version imagée, facilement compréhensible.	K5
8.13.4.4	... de réaliser des illustrations dans un délai donné, de manière à atteindre pleinement l'objectif du mandat.	K5
8.13.4.5	... de développer une forme d'expression propre pour chaque nouvelle illustration.	K5
8.13.4.6	... de présenter des illustrations dans la règle de l'art en justifiant de manière compréhensible l'idée sur lesquelles elles reposent.	K5

**Objectif particulier**

8.13.5 Lorsqu'ils font appel à des spécialistes externes pour la réalisation d'illustrations, les designers graphiques dipl. se chargent de formuler un briefing complet et compréhensible.

**Objectifs évaluateurs**

	Les designers graphiques dipl. sont capables ...	Niveau K
8.13.5.1	... dans un briefing relatif aux illustrations, d'exposer aux spécialistes externes les faits essentiels de manière complète et compréhensible.	K3
8.13.5.2	... d'évaluer les illustrations livrées par les spécialistes externes sous les perspectives suivantes : – contenu – créativité – communication.	K6

## **8 Compétences méthodologiques**

### **8.1 Techniques de travail et résolution de problèmes**

Pour accomplir leurs tâches, les graphistes utilisent des méthodes et des systèmes qui leur permettent de travailler de manière ordonnée, de fixer des priorités, de différencier les travaux dépendant de clients et ceux qui ne dépendent pas de clients, d'organiser les processus avec système et de manière rationnelle tout en assurant la sécurité dans le cadre de leur activité. Ils planifient leurs tâches selon différentes étapes, travaillent en suivant des objectifs et de manière efficace.

### **8.2 Approche et action interdisciplinaires axées sur les processus**

Les processus économiques ne peuvent être considérés isolément. Les graphistes connaissent et appliquent des méthodes leur permettant de concevoir le rôle de leurs activités au sein de l'entreprise et par rapport aux différents processus situés en amont et en aval. Ils sont conscients des incidences de leurs activités sur leurs collègues et sur le succès de l'entreprise.

### **8.3 Pensée et action systémiques**

La gestion de projets, de la naissance de l'idée jusqu'à la réalisation, est complexe. Grâce à leur approche et à leur action structurées, les graphistes travaillent de manière ciblée, efficace et méthodique.

### **8.4 Stratégies d'information et de communication**

L'utilisation des technologies modernes d'information et de communication revêt un rôle important. Les graphistes ont conscience de ce fait et s'efforcent d'optimiser le flux d'informations au sein de leur entreprise et de maintenir les systèmes à jour. Ils se procurent de manière autonome des informations et les mettent à profit dans l'exécution de leurs mandats.

### **8.5 Stratégies d'apprentissage**

Différentes stratégies permettent d'apprendre plus efficacement et de se former tout au long de la vie. Comme les styles d'apprentissage varient d'une personne à l'autre, les graphistes remettent en question leur manière d'apprendre et l'adaptent aux différentes tâches et problématiques. Ils adoptent les stratégies d'apprentissage qui leur conviennent le mieux de manière à apprendre avec plaisir et efficacement tout en approfondissant leurs compétences, tant en termes d'apprentissage tout au long de la vie qu'en termes d'apprentissage individuel.

### **8.6 Techniques de créativité**

Les graphistes doivent être ouverts à la nouveauté et aux méthodes non-conventionnelles. Dans leur travail de conception et lors de l'élaboration des projets, ils sont dès lors capables de sortir des sentiers battus et, grâce aux techniques de créativité, d'apporter des solutions novatrices. Les graphistes se distinguent par leur



vivacité d'esprit et leur attitude ouverture face aux nouveautés et aux nouvelles tendances de la communication visuelle.

#### **8.7 Techniques de présentation**

La qualité de la présentation des projets graphiques est déterminante pour le succès des projets. Les graphistes connaissent et maîtrisent les méthodes de présentation et les mettent à profit dans l'intérêt des mandants.

#### **8.8 Pensée et action écologiques**

La pensée et l'action écologiques font partie intégrante de notre vie professionnelle quotidienne. Dans le cadre de leurs travaux, les graphistes appliquent les mesures de protection de l'environnement en usage dans l'entreprise et utilisent dans leur processus de création et de réalisation, dans la mesure du possible, des matériaux respectueux de l'environnement ainsi que des supports qui s'inscrivent dans la durée. Ils identifient les potentiels d'amélioration liés aux procédés de production écologique.

## **9 Compétences méthodologiques**

### **9.1 Autonomie et responsabilité**

Dans le domaine de la communication visuelle, que cela soit dans un atelier, dans une division graphique d'une agence de publicité ou de communication ou une division interne de communication et publicité d'une entreprise, les graphistes assument leur part de responsabilité dans le déroulement des processus de travail. Ils sont disposés à assumer des décisions et à agir consciencieusement.

### **9.2 Apprentissage tout au long de la vie**

Le domaine de la communication visuelle est en perpétuelle évolution. Il est nécessaire de s'adapter à des changements rapides des besoins ou de la situation. Les graphistes en sont conscients et sont disposés à acquérir en permanence de nouvelles connaissances et à apprendre tout au long de la vie. Ils sont ouverts aux nouveautés, ils abordent l'innovation et les changements avec un état d'esprit créatif, ils augmentent leur compétitivité sur le marché du travail et affirment leur personnalité.

### **9.3 Capacité à communiquer**

Dans le domaine de la communication visuelle, une communication adaptée aux destinataires et à la situation revêt un rôle primordial. Les graphistes font preuve d'ouverture d'esprit et de spontanéité. Ils sont ouverts au dialogue et appliquent d'une manière réfléchie les règles d'une communication réussie, que ce soit avec leurs collègues, leurs supérieurs ou les clients.

### **9.4 Capacité à gérer des conflits**

Il n'est pas rare de voir surgir des situations conflictuelles dans le cadre des activités professionnelles quotidiennes du domaine de la communication visuelle, domaine qui réunit sur un même lieu de travail de nombreuses personnes aux opinions et avis divergeants. Les graphistes en sont conscients et réagissent de manière calme et réfléchie dans pareils cas. Ils gèrent la situation, sont prêts à accepter d'autres points de vue, s'expriment avec pertinence et recherchent des solutions constructives.

### **9.5 Aptitude au travail en équipe**

Les tâches professionnelles et personnelles peuvent être résolues de manière individuelle ou en groupe. On décidera en fonction de la situation, si un travail ou un problème à résoudre est confié à une seule personne ou à un groupe. Les graphistes sont capables de travailler en équipe; ils connaissent les règles du travail d'équipe et en ont une expérience réussie.

### **9.6 Civilité**

Au cours de l'exercice de leur profession, les graphistes entretiennent des contacts avec des personnes aux attentes variées en termes de comportement et de courtoisie. Les graphistes adaptent leur langage et leur comportement aux différentes situations et aux besoins de leurs interlocuteurs; ils sont ponctuels, soigneux et consciencieux.

#### **9.7 Résistance au stress**

Dans le domaine de la communication visuelle, l'accomplissement de certaines tâches exige des efforts tant physiques qu'intellectuels. Les graphistes sont capables d'y faire face en appréhendant les tâches qui leur incombent d'une manière calme et réfléchie. Ils gardent la vue d'ensemble dans les situations critiques.



