



# **Direction générale pour l'enseignement supérieur et l'insertion professionnelle**

## **Brevet de technicien supérieur Design Graphique**

**OPTION A : COMMUNICATION & MEDIAS IMPRIMES**

**OPTION B : COMMUNICATION & MEDIAS NUMERIQUES**

**Septembre 2012**

# Sommaire général

<b>ANNEXE 1</b> .....	<b>4</b>
RÉFÉRENTIEL DES ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES .....	5
1. <i>Champ d'activités</i> .....	5
2. <i>Contexte professionnel / Emplois concernés et types d'entreprises (appellations courantes)</i> .....	6
3. <i>Délimitation et pondération des activités</i> .....	6
ACTIVITÉS .....	7
<i>Activité A. 1. Compréhension du problème</i> .....	7
A. 2. <i>Analyse</i> .....	8
A. 3. <i>Recherches</i> .....	9
A. 4. <i>Développement</i> .....	10
A. 5. <i>Évaluation(s)</i> .....	11
A. 6. <i>Communication(s)</i> .....	12
<i>Organisation du domaine professionnel</i> .....	13
Unités communes à plusieurs spécialités de BTS .....	13
<i>Tableau des répartitions de compétences par unités</i> .....	15
RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION.....	16
<i>Capacités &amp; compétences</i> .....	16
<i>Mise en relation du référentiel des activités professionnelles et du référentiel de certification</i> .....	17
Catalogue des ressources .....	18
<i>Savoirs associés</i> .....	28
Introduction.....	29
Petit lexique .....	29
S. 1. <i>Culture générale et expression</i> .....	30
S. 2. <i>Économie-gestion</i> .....	31
S. 3. <i>Langue vivante étrangère</i> .....	36
S. 4. <i>Philosophie</i> .....	37
S. 5. <i>Sciences physiques</i> .....	38
S. 6.a. <i>Studio de création</i> .....	42
S. 6.b. <i>Studio de création</i> .....	45
S. 7.a. <i>Ateliers</i> .....	48
S. 7.b. <i>Ateliers</i> .....	49

S. 8. Culture de la communication .....	50
S. 9. Culture design graphique .....	51
S. 10. Culture typographique .....	52
S. 11. Dessin d'intention .....	54
S. 12. Pratique plastique .....	55
S. 13.a. Technologie de la création .....	56
S. 13.b. Technologie de la création .....	57
S. 14.a. Technologie de production.....	58
S. 14.b. Technologie de production .....	59
Tableau général des relations entre compétences et savoirs technologiques associés.....	60
<b>ANNEXE 2 .....</b>	<b>61</b>
STAGES EN MILIEU PROFESSIONNEL.....	62
<b>ANNEXE 3 .....</b>	<b>65</b>
GRILLE HORAIRE HEBDOMADAIRE.....	66
<b>ANNEXE 4 .....</b>	<b>67</b>
RÈGLEMENT ET GRILLE D'EXAMEN .....	68
<b>ANNEXE 5 .....</b>	<b>69</b>
E. 1. Culture générale et expression (U. 1) .....	70
E. 2. Langue vivante étrangère (U. 2).....	72
E. 3. Culture design graphique et typographique (U. 3).....	74
E. 4. Créativité réactive (U. 4) .....	76
E. 5. Recherche créative (U. 5).....	77
E. 6. Épreuve professionnelle de synthèse .....	79
E.F. 1. Langue vivante 2 (U.F. 1).....	84
<b>ANNEXE 6 .....</b>	<b>85</b>
TABLEAUX DE CORRESPONDANCE ÉPREUVES - UNITÉS.....	86

# Annexe 1

## REFERENTIEL DES ACTIVITES PROFESSIONNELLES

### 1. Champ d'activités

#### 1.1 Définition

Le **BTS Design graphique** a pour fondement la conceptualisation et la création de produits de communication au service d'un particulier, d'une institution ou d'une entreprise ; il donne forme et sens à un concept de communication, à une identité, à une idée, à un message, etc. Il s'agit donc de former/préparer à un métier de designers maîtrisant la stratégie de communication dans différents domaines, dont le cœur d'activité reste le graphisme. Qu'il s'agisse du **graphisme** éditorial (les secteurs du livre, de la presse quotidienne, hebdomadaire et autre, et du hors-média avec les plaquettes, flyers, rapports, etc.) ou du graphisme d'identité (les secteurs de l'identité visuelle : corporate<sup>1</sup> et branding<sup>2</sup>), de la signalétique, de l'affiche, de l'illustration de presse et du livre, etc.), l'activité reste centrée sur la mise en page ou la mise en forme de contenus graphiques fixes ou animés sur des supports et médias très variés.

Les produits de communication ainsi créés sur tous types de support (traditionnels, dits du « print », ou multimédia), s'adressent à tout commanditaire ou annonceur quels que soient son marché, son mode de distribution, le média utilisé et sa clientèle B to B (business to business) ou B to C (business to consumer)<sup>3</sup>.

#### 1.2. Les objectifs liés au contexte professionnel et au positionnement personnel

Le titulaire du **BTS Design graphique** s'intégrera comme salarié dans une entreprise ou comme travailleur indépendant, notamment après avoir poursuivi des études. Toujours associé au travail d'une équipe, il participera au processus de conception et de réalisation du projet. Il devra donc posséder les compétences professionnelles spécifiques à ces métiers mais aussi des qualités personnelles de communication, de créativité et d'ouverture.

La préparation au diplôme poursuit un double objectif :

- répondre aux attentes de la profession dans ses besoins immédiats, mais, plus fondamentalement, intégrer les mutations permanentes à l'œuvre dans les différents champs d'action et de création et les différents secteurs d'intervention des designers graphiques ;

- donner aux étudiants les compétences fondatrices qui leur permettent soit de poursuivre leurs études pour devenir chef de projet ou directeur artistique, soit de s'insérer professionnellement pour acquérir, par l'expérience, la capacité à évoluer au sein de l'entreprise quitte à reprendre des études ultérieurement.

En effet, il s'agit tout autant de former un futur professionnel que de participer à la construction de sa personnalité. Le designer graphique oriente et accompagne les mutations que connaissent les différents secteurs de la communication, puisqu'il intervient depuis l'amont de la création, intègre le cahier des charges dans sa réflexion et possède une connaissance suffisante des techniques. Par conséquent, le croisement d'une culture élargie, d'une culture du graphisme et de pratiques singulières reposant sur des capacités à dessiner, visualiser, formaliser, donc sur des maîtrises techniques de conception et de représentation, doit rendre l'étudiant disponible, conscient, critique et capable de confirmer l'orientation professionnelle qu'il aura choisie et d'assumer pleinement ses partis pris.

La création sous-entend : une bonne capacité d'analyse, la créativité, l'esprit d'innovation, mais aussi la culture générale et artistique, l'ouverture internationale, la curiosité, la capacité d'écoute et de travail collaboratif. Elle requiert la connaissance des univers et des enjeux de marketing et de communication, l'identification des signes et des tendances.

La technique implique une compréhension et une culture appliquée à : la veille technologique ; la connaissance des outils informatiques, des logiciels professionnels spécifiques et des techniques d'impression et de multimédia ; la prise en compte des enjeux éthiques, économiques, ergonomiques, écologiques et de la faisabilité des projets.

La démarche de projet impose : le travail en équipe ou seul (mais toujours en liaison avec divers collaborateurs) ; le dialogue entre pairs et avec de multiples interlocuteurs (y compris l'argumentation sur un projet face aux intermédiaires commerciaux d'un client) ; la capacité d'adaptation et d'organisation dans des contextes diversifiés et simultanés et, donc, une forte et efficiente réactivité.

---

1 Corporate : tout ce qui relève de la stratégie d'entreprise, du nom, de l'identité, etc.

2 Branding : tout ce qui relève de la marque, du nom, de l'image, etc.

3 B to B : de l'entreprise à l'entreprise ; B to C : de l'entreprise au consommateur. Les expressions abrégées sont usuelles dans les entreprises pour désigner la nature de la relation commerciale établie.

## 2. Contexte professionnel / Emplois concernés et types d'entreprises (appellations courantes)

Les différentes activités répertoriées dans les tableaux suivants trouvent leur place dans les structures d'insertion suivante :

<b>Option A : Communication et médias imprimés</b>	<b>Option B : Communication et médias numériques</b>
Agences de communication, studios ou ateliers de design graphique pour les produits imprimés.	Agences de communication, studios ou ateliers de design graphique pour la diffusion numérique.
Services de communication intégrés pour les produits imprimés (publics, privés, associatifs, etc.).	Services de communication intégrés pour la diffusion numérique (publics, privés, associatifs, etc.).
Designer de communication indépendant pour les produits imprimés.	Designer de communication indépendant pour la diffusion numérique.

Les activités correspondent à des emplois auxquels les titulaires du BTS pourront accéder directement, ou après avoir acquis une expérience en entreprise et/ou poursuivi leurs études (Diplôme Supérieur d'Arts Appliqués, entre autres).

## 3. Délimitation et pondération des activités

L'exercice de l'activité de designer graphique implique des compétences professionnelles, mais aussi des qualités personnelles.

Un certain nombre d'outils devront être appris puis envisagés comme notions fondamentales :

- outils pratiques
- dessin, photographie, vidéo ;
- infographie (logiciels professionnels) ;
- langue vivante étrangère : anglais.
- outils théoriques
- notions de marketing et de communication ;
- technologie de réalisation et de fabrication ;
- notions de sciences humaines.
- outils comportementaux
- écoute et distanciation critique ;
- réactivité ;
- aptitude au travail collaboratif ;
- aptitude au travail indépendant ;
- aptitude à mener un projet dans la durée ;
- communication orale.

Ces outils doivent permettre au diplômé de :

- conceptualiser et formaliser ses créations appliquées au design graphique, quel que soit le vecteur de communication ;
- décliner l'image d'une marque, la mise en avant de ses produits ou services et les signes et messages à véhiculer par le ou les médias proposés ;
- proposer un ton pour une formule éditoriale ;
- hiérarchiser et organiser les contenus ;
- présenter et argumenter autour de son concept ou de ses idées ;
- suivre son projet jusqu'à sa diffusion.

Exercer l'activité du designer graphique, requiert de la curiosité et une disponibilité intellectuelle (pour s'adapter à chaque profil de clientèle et type de produit), une véritable ouverture d'esprit (s'intéresser à l'actualité mondiale, aux évolutions en termes de design, aux changements en termes de techniques de communication et de marketing, aux attentes et goûts des consommateurs) et une créativité pragmatique inspirée de l'analyse des attentes du client en termes notamment de mise en avant de sa (ses) marque(s), de son (ses) produit (s) de son (ses) message(s).

Œuvrant essentiellement dans des domaines qui impliquent un renouvellement constant et rapide des formes, le designer graphique doit être prospectif.

Le design graphique englobe les activités dans deux secteurs étroitement intriqués : les médias imprimés et les médias numériques. Si certaines connaissances et compétences sont partagées, fondamentalement (culture du design et de la communication, dessin, typographie, pratique plastique), d'autres requièrent des habiletés techniques distinctes (technologies de la création et de la production) et des savoirs propres aux spécificités des domaines d'intervention (vocabulaire, environnements infographiques, etc.).

## ACTIVITES

Les activités énumérées ci-après ne sont pas à considérer dans un ordre chronologique. Certaines sont spécifiques à une étape de la démarche de projet (1 à 4), d'autres sont transversales et doivent être considérées comme étroitement liées aux premières (5 et 6).

### Activité A. 1. Compréhension du problème

TÂCHES	CONDITIONS D'EXERCICE			RÉSULTATS ATTENDUS
	Ressources Professionnelles	Ressources personnelles	Autonomie, responsabilité	
Comprendre la demande du client ; analyser l'univers du projet.	Brief ; cahier des charges client ; étude de l'existant ;  documents publicitaires et commerciaux, sites ;  études de consommateurs (qualitatives et quantitatives) ;	Culture générale, graphique et artistique ;  capacité d'analyse et de synthèse.	Participation au travail d'une équipe pluridisciplinaire ;  dialogue avec le client, y compris en langue vivante étrangère.	Les enjeux de la question sont compris ;  la problématique du cahier des charges est maîtrisée ;  l'échange autour du projet a permis d'en préciser l'univers.
Étudier le contexte du projet.	étude de la concurrence ;  normes en vigueur, réglementation, déontologie.			Le contexte du projet est assimilé ;  la concurrence est connue.
Estimer les coûts prévisionnels.				Un premier devis peut être proposé.

## A. 2. Analyse

TÂCHES	CONDITIONS D'EXERCICE			RÉSULTATS ATTENDUS
	Ressources professionnelles internes ou externes	Ressources personnelles	Autonomie, responsabilité	
Trier, hiérarchiser, analyser, synthétiser les informations et les sources de communication existantes.	La documentation ;  le commanditaire : ses produits ou services ; sa clientèle ; ses concurrents ;  les études qualitatives.	Culture générale, graphique et artistique ;  capacité d'analyse et de synthèse ;  esprit critique.	Démarche autonome ;  participation au travail d'une équipe pluridisciplinaire.	La question est reformulée ;  la problématique est maîtrisée.
Analyser la stratégie commerciale et de communication du client.	Le vocabulaire du marketing			La stratégie commerciale et de communication du client est comprise.
Analyser les lieux et les supports d'implantation ; étudier les comportements des utilisateurs cibles.	Études de fréquentations (lieux, public, cibles, etc.)			Le contexte de l'action est connu ;  ses contraintes sont identifiées.
Élaborer une recommandation stratégique ; établir un devis.				La recommandation stratégique est construite ;  le devis de conception, de réalisation et de fabrication, est présenté et signé.



### A. 3. Recherches

TÂCHES	CONDITIONS D'EXERCICE			RÉSULTATS ATTENDUS
	Ressources professionnelles	Ressources personnelles	Autonomie, responsabilité	
<p>Explorer et expérimenter des hypothèses divergentes, foisonnantes.</p>	<p>L'échange d'idées, le brainstorming ;</p> <p>la recommandation stratégique ;</p> <p>la question reformulée ;</p> <p>des méthodes et des outils (traditionnels, numériques) d'exploration et de création.</p>	<p>Culture générale, graphique et artistique ;</p> <p>créativité ;</p> <p>autocritique esthétique ;</p> <p>connaissance technique et veille technologique.</p>	<p>Démarche créative autonome ou en équipe.</p>	<p>L'analyse critique et la synthèse des pistes de recherche est effectuée ;</p> <p>une ou plusieurs pistes mettant en valeur différents choix esthétiques, conceptuels et techniques, sont explorées ;</p> <p>les premiers moyens de visualisation du projet sont mis en œuvre (prémaquette, story-board, etc.).</p>
<p>Esquisser et visualiser les premières pistes créatives, en lien avec l'analyse.</p>				
<p>Remettre en question les premières pistes créatives (« challenger »).</p>				<p>La production de solutions est multiple et variée ;</p> <p>la recommandation stratégique est présentée.</p>

## A. 4. Développement

TÂCHES	CONDITIONS D'EXERCICE			RÉSULTATS ATTENDUS
	Ressources professionnelles	Ressources personnelles	Autonomie, responsabilité	
<p>Mettre au point le projet en termes : de choix formels (composition, couleur, typographie, support papier, animation, ergonomie, etc.) de communication ; de graphisme ;</p> <p>suivre la finalisation technique ;</p> <p>assurer la réalisation graphique.</p>	<p>Les recherches ; l'équipe ; les outils graphiques et numériques. les connaissances réglementaires et juridiques ; la documentation technique.</p>	<p>Culture générale, graphique et artistique ; autocritique esthétique et technique ; maîtrises graphique et technique.</p>	<p>Approfondissement du projet retenu ; participation au travail d'une équipe pluridisciplinaire.</p>	<p>Une ou plusieurs pistes de recherche sont retenues ; les techniques de mise en œuvre sont précisées et elles sont en adéquation avec le budget du client ; le projet est réalisé ; le résultat graphique est conforme à la piste conceptuelle choisie.</p>

## A. 5. Évaluation(s)

TÂCHES	CONDITIONS D'EXERCICE		RÉSULTATS ATTENDUS
	Ressources	Autonomie, responsabilité	
Vérifier et valider la cohérence entre la demande (cahier des charges), la recherche et le résultat.	Brief ; debriefing ; cahier des charges ; tests et études.	Participation au travail d'une équipe pluridisciplinaire ;  dialogue avec le client, y compris dans une langue vivante étrangère ;	Les choix sont validés : créatifs ; conceptuels ; esthétiques ; ergonomiques ; techniques.
Vérifier la faisabilité technique et économique du projet.	Expertises ; tests techniques ; budget de conception et de fabrication du client.	respect de la déontologie professionnelle ;  dialogue avec les équipes techniques (imprimeurs, développeurs, etc.), y compris dans une langue vivante étrangère.	Le projet est techniquement et économiquement réalisable par le prestataire.
Veiller au respect des normes en vigueur (droits, accessibilité, éco-conception, etc.).	Textes (législation concernant les droits d'auteurs, les droits à l'image, etc.) ;  directives européennes.		Les contraintes et les normes sont respectées.

## A. 6. Communication(s)

TÂCHES	CONDITIONS D'EXERCICE			RÉSULTATS ATTENDUS
	Ressources professionnelles	Ressources personnelles	Autonomie, responsabilité	
<p>Participer au travail d'une équipe pluridisciplinaire ;</p> <p>argumenter par écrit et à l'oral les différentes étapes de la recherche et de la production ;</p> <p>dialoguer avec le client et les prestataires.</p>	<p>Les acquis du vocabulaire spécifique aux différentes disciplines (marketing, esthétique, technique) ;</p> <p>la pratique d'une langue étrangère ;</p> <p>les outils de communication.</p>	<p>L'ouverture ;</p> <p>la réactivité ;</p> <p>l'enthousiasme et la conviction ;</p> <p>la connaissance de la maïeutique.</p>	<p>Participation au travail d'une équipe pluridisciplinaire.</p> <p>dialogue avec le client, y compris dans une langue vivante étrangère ;</p> <p>respect de la déontologie professionnelle ;</p> <p>dialogue avec les équipes techniques (imprimeurs, développeurs, etc.), y compris dans une langue vivante étrangère.</p>	<p>L'expression : l'expression orale est de nature à convaincre les interlocuteurs ;</p> <p>l'échange avec des interlocuteurs de langue étrangère est aisé ;</p> <p>chaque étape du projet fait l'objet de choix de modes et d'outils de communication adaptés aux situations, aux objectifs et aux destinataires.</p>

## Organisation du domaine professionnel

### **UNITES COMMUNES A PLUSIEURS SPECIALITES DE BTS**

L'unité « culture générale et expression » U.1 du brevet de technicien supérieur Design Graphique est commune aux brevets de techniciens supérieurs du secteur industriel appartenant au groupe I (tertiaire).

Les titulaires du BTS Design Graphique ou de l'une des spécialités du groupe I qui souhaitent présenter une autre de ces spécialités sont, à leur demande, dispensés de l'obtention de l'unité « culture générale et expression ».

Les bénéficiaires de l'unité « culture générale et expression » au titre du BTS Design Graphique ou de l'une des spécialités du groupe I qui souhaitent présenter une autre de ces spécialités sont dispensés, à leur demande, de l'obtention de l'unité « culture générale et expression », pendant la durée de validité du bénéfice.

Les titulaires d'un BTS design graphique, design d'espace, design de mode et environnement, design de produits, design de communication, espace et volume, sont, à leur demande, dispensés de l'obtention de l'unité « langue vivante étrangère ».

Les bénéficiaires de l'unité « langue vivante étrangère » d'un BTS design graphique, design d'espace, design de mode et environnement, design de produits, design de communication, espace et volume, sont, à leur demande, pendant la durée de validité du bénéfice, dispensés de l'obtention de l'unité « langue vivante étrangère ».

U.1.	Culture générale et expression	L'unité de « Culture générale et expression » vise à évaluer les compétences définies par l'arrêté du 17 janvier 2005 fixant les objectifs, les contenus de l'enseignement et le référentiel des capacités du domaine de la culture générale et expression pour les brevets de technicien supérieur (Bulletin Officiel de l'Education nationale du 17 février 2005).
U.2.	Langue vivante étrangère 1	L'unité « Langue vivante étrangère » englobe l'ensemble des capacités et compétences incluses dans le référentiel.
U.3.	Culture design graphique et typographique	Cette épreuve vise à apprécier l'aptitude du candidat à : <ul style="list-style-type: none"> <li>- analyser des productions relevant du design graphique et des champs connexes ;</li> <li>- repérer et mettre en évidence les facteurs d'évolution et d'interaction tant culturels que techniques ;</li> <li>- mobiliser des savoirs en fonction d'une question énoncée ;</li> <li>- développer une réflexion critique argumentée ;</li> <li>- impliquer la culture et la création contemporaine.</li> </ul>
U.4.	Créativité réactive	Cette épreuve vise à apprécier l'aptitude du candidat à : <ul style="list-style-type: none"> <li>- analyser une problématique relevant du domaine du design de message ;</li> <li>- convoquer et mettre en jeu ses connaissances et ses ressources ;</li> <li>- énoncer des orientations créatives multiples ;</li> <li>- communiquer ses idées par des moyens graphiques.</li> </ul>
U.5.	Recherche créative	Cette épreuve vise à apprécier l'aptitude du candidat à : <ul style="list-style-type: none"> <li>- cerner, analyser et sérier les critères d'une demande ;</li> <li>- conduire une étude systématique des variables du contexte ;</li> <li>- définir les options stratégiques du projet.</li> </ul>
U.6.1.	Dossier de projet de synthèse	En situation de commande, à partir d'une situation réelle ou plausible – observée en stage ou non – le projet de synthèse vise à apprécier l'aptitude du candidat à : <ul style="list-style-type: none"> <li>- cerner, analyser et sérier les critères d'une demande ;</li> <li>- conduire une étude systématique des variables du contexte ;</li> <li>- définir les options stratégiques du projet ;</li> <li>- valoriser les possibilités et potentialités de l'hypothèse retenue ;</li> <li>- mettre au point la réalisation en optimisant et en contrôlant les ressources et les moyens ;</li> <li>- contrôler la conformité du projet ;</li> <li>- présenter et convaincre des options prises par le biais de connaissances culturelles, techniques.</li> </ul>
U.6.2.	Dossier professionnel	Cette épreuve vise à apprécier la capacité du candidat à valoriser ses savoir-faire et ses engagements graphiques, conceptuels, etc., dans les domaines professionnels et connexes, à témoigner de son engagement et de mettre en évidence son projet personnel de parcours (poursuite d'études, orientation professionnelle).
U.6.3.	Rapport de stage ou d'activités professionnelles	Cette épreuve vise à évaluer la cohérence du dossier du candidat ainsi que sa capacité à organiser, expliciter et valoriser ses démarches et ses productions.
U.F.1.	Langue vivante étrangère 2	L'unité englobe l'ensemble des capacités et compétences incluses dans le référentiel.

Tableau des répartitions de compétences par unités

	<b>C.1. FAIRE ÉMERGER L'OBJET RÉEL DE LA DEMANDE</b>			<b>C.2. PROBLÉMATISER L'OBJET DE LA COMMANDE</b>			<b>C.3. DIVERGER</b>			<b>C.4. CONVERGER</b>			<b>C.5. ÉVALUER</b>			<b>C.6. COMMUNIQUER</b>		
	C.1.1. Traiter les informations initiales de la demande			C.2.1. Déterminer les critères stratégiques de la commande			C.3.1. Convoquer et mettre en jeu ses ressources			C.4.1. Définir les enjeux du développement pour le projet			C.5.a. Vérifier la présence et la conformité			C.6.a. Mobiliser le vocabulaire et la culture spécifiques		
				C.2.2. Déterminer les critères de conception			C.3.2. Concevoir des hypothèses de réponse			C.4.2. Conduire une recherche de mise au point			C.5.b. Vérifier la cohérence et estimer la pertinence			C.6.b. Échanger de manière adaptée selon l'interlocuteur		
										C.4.3. Conduire une démarche d'intégration			C.5.c. Vérifier et estimer les données économiques			C.6.c. Échanger dans une langue étrangère		
																C.6.d. Maîtriser la communication du projet		
U. 3. Culture design graphique et typographique		■												■				
U. 4. Créativité réactive						■												
U. 5. Recherche créative																		
U. 6.1. Projet de synthèse				■	■				■	■	■		■		■			
U. 6.2. Dossier professionnel																		
U. 6.3. Rapport de stage ou d'activités professionnelles																	■	■

Légende :

■ épreuve ponctuelle

■ épreuve en situation de CCF

# REFERENTIEL DE CERTIFICATION

## Capacités & compétences



## Mise en relation du référentiel des activités professionnelles et du référentiel de certification

REFERENTIEL DES ACTIVITES PROFESSIONNELLES		REFERENTIEL DE CERTIFICATION	
description du travail réel		description du travail de l'étudiant en situation de formation	
ACTIVITES	TACHES	CAPACITES	COMPETENCES
A.1. Compréhension du problème	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprendre la demande du client.</li> <li>- Analyser l'univers du projet.</li> <li>- Étudier le contexte du projet.</li> <li>- Estimer les coûts prévisionnels.</li> </ul>	C.1. Faire émerger l'objet réel de la demande.	C.1.1. Traiter les informations initiales de la demande.
A.2. Analyse	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trier, hiérarchiser, analyser, synthétiser les informations et les sources de communication existantes.</li> <li>- Analyser la stratégie commerciale et de communication du client.</li> <li>- Analyser les lieux d'implantation, et les supports d'implantation.</li> <li>- Étudier les comportements des utilisateurs cibles.</li> <li>- Proposer une recommandation stratégique.</li> <li>- Établir un devis.</li> </ul>	C.2. Questionner l'objet de la commande.	C.2.1. Déterminer les critères stratégiques de la commande.  C.2.2. Déterminer les critères de conception.
A.3. Recherches	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Explorer et expérimenter des hypothèses divergentes, foisonnantes.</li> <li>- Esquisser et visualiser les premières pistes créatives, en lien avec l'analyse.</li> <li>- Remettre en question les premières pistes créatives (« rechallenge »).</li> </ul>	C.3. Diverger.	C.3.1. Convoquer et mettre en jeu ses ressources.  C.3.2. Concevoir des hypothèses de réponse.
A.4. Développement	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mettre au point le projet en termes : de communication ; de marketing ; d'esthétique.</li> </ul>	C.4. Mettre en œuvre le processus de fabrication.	C.4.1. Définir les enjeux du développement pour le projet. C.4.2. Conduire une recherche de mise au point. C.4.3. Conduire une démarche d'intégration.
<b>A C T I V I T É T R A N S V E R S A L E</b>			
A.5. Évaluation(s)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vérifier et valider la cohérence entre la demande (cahier des charges, appel d'offre) et l'offre.</li> <li>- Vérifier la faisabilité technique et économique du projet.</li> <li>- Veiller au respect des contraintes techniques et aux bonnes pratiques d'éco-conception.</li> </ul>	C.5. Évaluer.	C.5.a. Vérifier la présence et la conformité. C.5.b. Vérifier la cohérence et estimer la pertinence. C.5.c. Vérifier et estimer les données économiques.
<b>A C T I V I T É T R A N S V E R S A L E</b>			
A.6. Communication(s)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Participer au travail d'une équipe pluridisciplinaire.</li> <li>- Argumenter par écrit et à l'oral les différentes étapes de la recherche et de la production.</li> <li>- Dialoguer avec le client, les imprimeurs et les sous-traitants.</li> </ul>	C.6. Communiquer.	C.6.a. Mobiliser le vocabulaire et la culture spécifiques. C.6.b. Échanger de manière adaptée selon l'interlocuteur. C.6.c. Échanger dans une langue étrangère. C.6.d. Maîtriser la communication du projet.

## CATALOGUE DES RESSOURCES

RESSOURCES SPÉCIFIQUES	RESSOURCES TECHNOLOGIQUES
<p>Potentialités spatiales, temporelles, sensorielles, relationnelles, etc. Potentialités de la culture graphique, artistique et des arts visuels. Potentialités des langages et des codes spécifiques à l'image (photographie, animation, typographie, etc.). Potentialités de la rhétorique et de la sémiologie de l'image fixe ou animée. Potentialités de la dialectique texte/image. Potentialités de la culture de la communication. Potentialités du vocabulaire spécifique.</p> <p>Dessin d'intention (croquis, rough, schémas, etc.). Écritures spécifiques aux champs d'application envisagés (multimédia : interactivité, linéarité, sons, etc.).</p>	<p>Potentialités et savoirs technologiques (supports, formats, interactivité, langages programmation, logiciels, etc.). Potentialités et savoir techniques (équipements, matériels, supports, méthodes et procédés de réalisation, et de fabrication, etc.).</p> <p>Ressources documentaires des technologies et techniques employées : documentation technique, tutoriaux, normes et standards, etc.</p> <p>Outils professionnels (matériels, logiciels, etc.).</p>
RESSOURCES NON SPÉCIFIQUES	RESSOURCES PROJET
<p><b>Socle</b> Culture générale. Questionnement et logique élémentaire.</p> <p><b>Langage</b> Potentialités du vocabulaire (dictionnaires, encyclopédies, étymologie, synonymes, etc.). Potentialités des incitations langagières (expressions usuelles et familières, citations, proverbes, jeux de mots, etc.).</p> <p><b>Créativité</b> Intuition et méthodes de créativité (brainstorming, techniques analogiques, projectives, combinatoires ou méthodes aléatoires).</p> <p><b>Autres disciplines</b> Champs d'observation culturels, économiques, sociologiques, politiques, techniques, juridiques, etc., sous toute forme envisageable. Notions de marketing, de droit et de gestion stratégie d'entreprise (marque, produit, image, technique de communication, etc.). Notions relatives à la perception, à l'ergonomie, à la physiologie, etc.</p> <p><b>Méthodes</b> Savoirs et savoir-faire relatifs à la collecte et au traitement de l'information (prise de note, recherche documentaire, classement, synthèse, etc.).</p> <p><b>Expression</b> Rédaction d'annotations (titre, principes, notes, etc.).</p>	<p><b>Ce qui initie le projet :</b> Informations initiales de la demande (cahier des charges, documentation, entretiens, recommandations, etc.).</p> <p><b>Ce qui est produit par le projet :</b> Toutes productions organisées et retraçant les différentes étapes du projet :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Compte-rendu de réunion, calendriers.</li><li>- Documents d'analyse du contexte.</li><li>- Références essentiellement visuelles.</li><li>- choisies pour caractériser le contexte ou la problématique de communication.</li><li>- Listes de partenaires aux compétences complémentaires.</li><li>- Instructions créatives.</li><li>- Hypothèses de réponse.</li><li>- Propositions de réponse.</li><li>- Proposition de réponse retenue.</li><li>- Enjeux du développement.</li><li>- Plan de développement.</li><li>- Résultats des expérimentations menées.</li><li>- Spécifications de réalisation.</li></ul> <p><b>Ce qui peut alimenter le projet :</b> Créations existantes partageant le contexte ou ayant une problématique de communication similaire. Références essentiellement visuelles choisies pour caractériser le contexte ou la problématique de communication. Toutes les sources documentaires liées à la culture, la sociologie, l'histoire, l'ergonomie, l'économie, la psychologie, le droit, l'anthropologie, la philosophie, la technologie, la technique, etc.). Informations extraites de sondage, d'enquêtes, d'interview fournis ou à élaborer concernant marques, produits, images, cibles, etc.). Documents d'aide à la conduite de projet.</p>

**Remarque :** on désigne par « spécifique » ce qui est relatif au design graphique, comme « non spécifique » ce qui relève d'autres disciplines.

## A. 1. Compréhension du problème.

### CAPACITÉ : C.1. Faire émerger l'objet réel de la demande.

#### COMPÉTENCE : C.1.1. Traiter les informations initiales de la demande.

Unités	Être capable de :	Ressources	Indicateurs d'évaluation
U.4. U.5. U.6.1. U.6.2.	Saisir le contexte de la demande. Révéler les informations implicites de la demande.  Distinguer la part de la demande relevant de la communication graphique.	RESSOURCES PROJET Informations initiales de la demande (cahier des charges, documentation, entretiens, recommandations, etc.).  RESSOURCES NON SPÉCIFIQUES Savoirs et savoir-faire relatifs à la collecte et au traitement de l'information (prise de notes, recherche documentaire, classement, synthèse, etc.).  (Voir catalogue des ressources)	Les enjeux et les limites de la demande sont identifiés et compris.  La demande relevant de la communication graphique est énoncée.

### Compétences transversales appliquées à la capacité C.1. Faire émerger l'objet réel de la demande.

#### A. 5. Évaluation(s).

##### CAPACITÉ : C.5. Évaluer.

Unités	Compétences	Ressources	Indicateurs d'évaluation
U.4. U.5. U.6.1. U.6.2.	C.5.a. Vérifier la présence et la conformité.  C.5.b. Vérifier la cohérence et estimer la pertinence.  C.5.c. Vérifier et estimer les données économiques et juridiques du projet.	Ressources de l'activité A. 1.	Les données présentes, manquantes, fiables ou non fiables sont recensées et classées.  La demande est reformulée de manière claire et concise.  L'étendue de la mission est évaluée.

<b>A. 6. Communication(s).</b>			
CAPACITÉ : <b>C.6.Communiquer le projet.</b>			
Unités	Compétences	Ressources	Indicateurs d'évaluation
U.4. U.5. U.6.1. U.6.2.	<p>C.6.a. Mobiliser le vocabulaire et la culture spécifiques.</p> <p>C.6.b. Échanger de manière adaptée selon l'interlocuteur (personnalité, fonction).</p> <p>C.6.c. Échanger dans une langue étrangère.</p>	Ressources de l'activité A. 1.	<p>Le vocabulaire et la culture spécifiques sont adaptés à la situation. Le vocabulaire est maîtrisé.</p> <p>Les échanges (écrits, oraux, visuels) sont constructifs, y compris en langue étrangère.</p>

**A. 2. Analyse.**

**CAPACITÉ : C.2. Questionner l'objet de la commande.**

**COMPÉTENCE : C.2.1. Déterminer les critères stratégiques de la commande.**

Unités	Être capable de :	Ressources	Indicateurs d'évaluation
U.3. U.5. U.6.1. U.6.2.	<p>Étudier de manière rigoureuse et méthodique :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- le contexte de la commande ;</li> <li>- la stratégie marketing ;</li> <li>- la stratégie de communication.</li> </ul> <p>Étendre et ouvrir le champ des références.</p>	<p><b>RESSOURCES PROJET</b> Toutes productions organisées et retraçant les différentes étapes du projet.</p> <p><b>RESSOURCES NON SPÉCIFIQUES</b> Champs d'observation culturels, économiques, sociologiques, politiques, techniques, juridiques, etc., sous toute forme envisageable.</p> <p>Notions de marketing, de droit et de gestion stratégie d'entreprise (marque, produit, image, technique de communication, etc.).</p> <p>Notions relatives à la perception, à l'ergonomie, à la physiologie, etc.</p> <p>Savoirs et savoir-faire relatifs à la collecte et au traitement de l'information (prise de notes, recherche documentaire, classement, synthèse, etc.).</p> <p>(Voir catalogue des ressources).</p>	<p>Les variables du projet sont connues (constat, problème, cible, contraintes/opportunités, freins/motivations, etc.).</p> <p>La commande est envisagée selon des points de vue complémentaires.</p> <p>L'objectif de communication est défini.</p>

<b>COMPÉTENCE : C.2.2. Déterminer les critères de conception.</b>			
Unités	Être capable de :	Ressources	Indicateurs d'évaluation
U.3. U.5. U.6.1. U.6.2.	<p>Étudier les contenus à communiquer.</p> <p>Se placer en médiateur de « l'utilisateur » (attentes, usages, ergonomie, etc.).</p> <p>Se placer en médiateur de « l'ingénieur » (contraintes et variables de faisabilité).</p> <p>Analyser les réponses existantes.</p> <p>Élaborer un questionnement ouvert et inducteur.</p>	<p>RESSOURCES PROJET Toutes productions organisées et retraçant les différentes étapes du projet.</p> <p>Créations existantes partageant le contexte ou ayant une problématique de communication similaire.</p> <p>RESSOURCES SPÉCIFIQUES Potentialités de la culture de la communication.</p> <p>RESSOURCES TECHNOLOGIQUES (Voir catalogue des ressources).</p>	<p>Les scénarii d'usages sont décrits.</p> <p>Les besoins et les contraintes sont déterminés.</p> <p>Un système de références essentiellement visuelles est constitué.</p> <p>Les enjeux de communication sont porteurs.</p>

### Compétences transversales appliquées à la capacité C.2. Questionner l'objet de la commande.

<b>A.5. Évaluation(s).</b>			
CAPACITÉ : C.5. Évaluer.			
Unités	Compétences	Ressources	Indicateurs d'évaluation
U.3. U.5. U.6.1. U.6.2.	<p>C.5.a. Vérifier la présence et la conformité.</p> <p>C.5.b. Vérifier la cohérence et estimer la pertinence.</p> <p>C.5.c. Vérifier et estimer les données économiques et juridiques du projet.</p>	Ressources de l'activité A. 2.	<p>Les documents d'analyse sont disponibles.</p> <p>La logique de communication et les enjeux de communication sont compris.</p> <p>Un devis est calculé et rédigé.</p>

<b>A.6. Communication(s).</b>			
CAPACITÉ : C.6. Communiquer.			
Unités	Compétences	Ressources	Indicateurs d'évaluation
U.3. U.5. U.6.1. U.6.2.	<p>C.6.a. Mobiliser le vocabulaire et la culture spécifiques.</p> <p>C.6.b. Échanger de manière adaptée selon l'interlocuteur.</p> <p>C.6.c. Échanger dans une langue étrangère.</p>	Ressources de l'activité A. 2.	<p>Le vocabulaire et la culture spécifiques sont adaptés à la situation. Le vocabulaire est maîtrisé.</p> <p>Les échanges (écrits, oraux, visuels) sont constructifs, y compris en langue étrangère.</p>

<b>A. 3. Recherches.</b>
<b>CAPACITÉ : C.3. Diverger.</b>

<b>COMPÉTENCE : C.3.1. Convoquer et mettre en jeu ses ressources.</b>			
Unités	Être capable de :	Ressources	Indicateurs d'évaluation
U.5. U.6.1. U.6.2.	Élaborer un questionnement à partir des instructions créatives.  Mobiliser les connaissances, références, savoirs théoriques en relation avec le questionnement abordé.  Énoncer des orientations de recherches.	<b>PROJET</b> Instructions créatives données par le chef de projet. Toutes productions organisées et retraçant les différentes étapes du projet.  <b>NON SPÉCIFIQUES</b> - Culture générale. - Définitions (dictionnaires, encyclopédies, étymologie, synonymes, etc.). - Potentialités des incitations langagières (expressions usuelles et familières, citations, proverbes, jeux de mots, etc.). - Intuition et méthodes de créativité. - Rédaction d'annotations (titre, principes, notes, etc.).	Les moyens et ressources mobilisés sont adaptés, variés et féconds.  Les orientations de recherches sont multiples et variées.  Les annotations sont adaptées à l'intention.

<b>COMPÉTENCE : C.3.2. Concevoir des hypothèses de réponse.</b>			
Unités	Être capable de :	Ressources	Indicateurs d'évaluation
U.5. U.6.1. U.6.2.	<p>Expérimenter des pensables et des possibles.</p> <p>Diversifier et croiser des modes d'exploration et de recherche (sensibles, pratiques, conceptuels, etc.).</p> <p>Penser par la forme les hypothèses de réponse.</p> <p>Préciser l'intention de chaque hypothèse.</p>	<p><b>PROJET</b> Références essentiellement visuelles choisies pour caractériser le contexte ou la problématique de communication.</p> <p><b>RESSOURCES NON SPÉCIFIQUES</b> Culture générale. Potentialités du vocabulaire (dictionnaires, encyclopédies, étymologie, synonymes, etc.). Potentialités des incitations langagières (expressions usuelles et familières, citations, proverbes, jeux de mots, etc.). Intuition et méthodes de créativité (brainstorming, techniques analogiques, projectives, combinatoires ou méthodes aléatoires). Rédaction d'annotations (titre, principes, notes, etc.).</p> <p><b>RESSOURCES SPÉCIFIQUES</b> Potentialités spatiales, temporelles, sensorielles, relationnelles, etc.). Potentialités de la culture graphique, artistique et des arts visuels. Potentialités des langages et des codes spécifiques à l'image (photographie, animation, typographie, etc.). Potentialités de la rhétorique et de la sémiologie de l'image fixe ou animée. Potentialités de la dialectique texte/image. Potentialités de la culture de la communication. Potentialités du vocabulaire spécifique. Dessin d'intention (croquis, rough, schémas, etc.). Écritures spécifiques aux champs d'application envisagés (multimédia : interactivité, linéarité, sons, etc.).</p> <p><b>RESSOURCES TECHNOLOGIQUES</b> Potentialités technologiques supports, formats, interactivité, etc.). Potentialités techniques (supports, procédés : réalisation, fabrication, etc.). (Voir catalogue des ressources).</p>	<p>Les différentes potentialités sont interrogées (méthodologiques, techniques, technologiques, graphiques, langagières, etc.).</p> <p>Les hypothèses de réponses données à voir sont originales, multiples et variées.</p> <p>Le nombre d'hypothèses de réponse est suffisant en fonction de la situation de recherche.</p> <p>Les hypothèses sont crédibles, vérifiables, plausibles.</p> <p>Les annotations sont adaptées à l'intention.</p>



## Compétences transversales appliquées à la capacité C.3. Diverger

<b>A. 5. Évaluation(s).</b>			
CAPACITÉ : C.5. Évaluer.			
Unités	Compétences	Ressources	Indicateurs d'évaluation
U.5. U.6.1. U.6.2.	C.5.a. Vérifier la présence et la conformité.  C.5.b. Vérifier la cohérence et estimer la pertinence.	RESSOURCES PROJET - Instructions créatives. - Hypothèses de réponse.  Ressources de l'activité A. 3.	Les instructions créatives sont opératoires.  Les hypothèses sont crédibles, vérifiables, plausibles.  Des propositions de réponse sont sélectionnées parmi les hypothèses de réponses.  Les propositions de réponse traitent la fonction de communication.  Les propositions de réponse ont des valeurs de communication qui favorisent l'attention et la mémorisation.

<b>A. 6. Communication(s).</b>			
CAPACITÉ : C.6. Communiquer.			
Unités	Compétences	Ressources	Indicateurs d'évaluation
U.5. U.6.1. U.6.2.	C.6.a. Mobiliser le vocabulaire et la culture spécifiques.  C.6.b. Échanger de manière adaptée selon l'interlocuteur.  C.6.c. Échanger dans une langue étrangère.  C.6.d. Maîtriser la communication du projet.	RESSOURCES PROJET Propositions de réponse.  Ressources de l'activité A. 3.	Le vocabulaire et la culture spécifiques sont adaptés à la situation.  Les hypothèses de réponse sont principalement de nature visuelle.  Le vocabulaire est maîtrisé.  Les échanges (écrits, oraux, visuels) sont constructifs, y compris en langue étrangère.  Les moyens mis en œuvre valorisent la qualité des propositions.

## A. 4. Développement.

### CAPACITÉ : C.4. Converger.

#### COMPÉTENCE : C.4.1. Définir les enjeux du développement pour le projet.

Unités	Être capable de :	Ressources	Indicateurs d'évaluation
U.6.1. U.6.2.	Confronter la proposition retenue aux contraintes et opportunités du projet.  Percevoir les potentialités de développement.	RESSOURCES PROJET Proposition de réponse retenue. Comptes rendus des réunions client par le chef de projet. Instructions créatives données par le chef de projet.  (Voir catalogue des ressources).	L'efficacité de la proposition de réponse retenue est reconnue.  Les enjeux du développement sont définis.  Les expérimentations à mener sont identifiées dans un plan de développement.

#### COMPÉTENCE : C.4.2. Conduire une recherche de mise au point.

Unités	Être capable de :	Ressources	Indicateurs d'évaluation
U.6.1. U.6.2.	Expérimenter les différentes composantes du développement (contextes visuels, relationnels, temporels, spatiaux, physiques, sensoriels, interactifs).  Croiser les composantes du développement entre elles.	RESSOURCES PROJET - Proposition de réponse retenue. - Enjeux du développement. - Plan de développement.  RESSOURCES NON SPÉCIFIQUES  RESSOURCES SPÉCIFIQUES  RESSOURCES TECHNOLOGIQUES (Voir catalogue des ressources)	Des expérimentations diverses sont produites en faisant varier les paramètres.  Les résultats sont significatifs au regard des critères de conception.

#### COMPÉTENCE : C.4.3. Conduire une démarche d'intégration.

Unités	Être capable de :	Ressources	Indicateurs d'évaluation
U.6.1. U.6.2.	Opérer la synthèse technique.  Opérer la synthèse créative.  Optimiser pour la production et la réalisation.  Organiser le suivi de fabrication, de réalisation.	RESSOURCES PROJET Résultats des expérimentations menées. Proposition de réponse retenue. Enjeux du développement. Plan de développement.  RESSOURCES SPÉCIFIQUES  RESSOURCES TECHNOLOGIQUES (Voir catalogue des ressources).	Les résultats sont confrontés entre eux selon leurs caractéristiques communicationnelles, esthétiques et techniques.  Les paramètres et procédures sont optimisés en termes de coûts, d'espace et de temps.  Les spécifications sont rédigées.

## Compétences transversales appliquées à la capacité C.4 : Converger

<b>A. 5. Évaluation(s).</b>			
CAPACITÉ : C.5. Évaluer.			
Unités	Compétences	Ressources	Indicateurs d'évaluation
U.6.1. U.6.2.	<p>C.5.a. Vérifier la présence et la conformité</p> <p>C.5.b. Vérifier la cohérence et estimer a pertinence.</p> <p>C.5.c. Vérifier et estimer les données économiques et juridiques du projet.</p>	<p>PROJET Proposition de réponse retenue. Résultats des expérimentations menées.</p> <p>Ressources de l'activité A. 4.</p>	<p>Les éléments à traiter sont conformes aux spécifications. Les composantes du développement s'organisent en une maquette fonctionnelle.</p> <p>La synthèse répond de manière optimum aux instructions créatives.</p> <p>Les moyens de réalisation et de production à mettre en œuvre sont explicités. Les délais et coûts sont respectés. Les caractéristiques économiques et juridiques sont fixées.</p>

<b>A. 6. Communication(s).</b>			
CAPACITÉ : C.6. Communiquer.			
Unités	Compétences	Ressources	Indicateurs d'évaluation
U.6.1. U.6.2.	<p>C.6.a. Mobiliser le vocabulaire et la culture spécifiques.</p> <p>C.6.b. Échanger de manière adaptée selon l'interlocuteur.</p> <p>C.6.c. Échanger dans une langue étrangère.</p> <p>C.6.d. Maîtriser la communication du projet.</p>	<p>PROJET Proposition de réponse retenue. Résultats des expérimentations menées.</p> <p>Ressources de l'activité A. 4.</p>	<p>Le vocabulaire et la culture spécifiques sont adaptés à la situation.</p> <p>Le vocabulaire est maîtrisé.</p> <p>Les échanges (écrits, oraux, visuels) sont constructifs y compris en langue étrangère.</p> <p>Les moyens mis en œuvre valorisent les choix effectués.</p>

# REFERENTIEL DE CERTIFICATION

## Savoirs associés

## INTRODUCTION

### 1. Objectif de la formation

L'enjeu de la formation en Design graphique est double.

D'une part, il s'agit de cultiver une singularité, une attitude, un positionnement, d'autre part, de :

- répondre aux demandes d'un prescripteur et aux contraintes d'un métier, d'une marque, d'une identité, d'un territoire ;
- répondre aux attentes des professions dans leurs besoins immédiats tout en intégrant la perspective des mutations permanentes que sont les nouveaux champs d'action et de création et les différents secteurs d'intervention ;
- donner les compétences fondatrices préparant à une poursuite d'études et autorisant une insertion professionnelle dans le domaine du design graphique.

### 2. Place et positionnement de la formation dans la filière

La volonté est de s'appuyer sur les spécificités du design graphique et d'en affirmer la visibilité, tout en reconnaissant les potentialités créatives essentielles d'une transversalité avec les disciplines non spécifiques.

La volonté est aussi d'affirmer une pensée par la forme, propre aux métiers du design.

Suite logique du baccalauréat Sciences et Technologies Design et Arts appliqués (STD2A), dont la rénovation réaffirme l'apprentissage des bases communes aux métiers du design ou suite de la classe de mise à niveau des arts appliqués, le BTS Design Graphique, options Communication et médias imprimés et Communication et médias numériques s'inscrit comme tremplin vers des poursuites d'études, soit en licence professionnelle à bac+3, soit en Diplôme Supérieur d'Arts Appliqués (niveau I), soit en établissements supérieurs spécialisés.

## PETIT LEXIQUE

### Secteur d'activité

Lieu où s'exerce une action.

En France, selon la définition de l'INSEE, « un secteur d'activité regroupe des entreprises de fabrication, de commerce ou de service qui ont la même activité principale (au regard de la nomenclature d'activité économique considérée). »

L'activité d'un secteur d'activité « n'est donc pas tout à fait homogène et comprend des productions ou services secondaires qui relèveraient d'autres items de la nomenclature que celui du secteur considéré. Au contraire, une branche regroupe des unités de production homogènes. »

La classification par secteurs d'activité ne doit pas être confondue avec les classifications professionnelles.

Une activité désigne l'ensemble des tâches réalisées par le professionnel en situation réelle.

Une capacité représente ce que l'étudiant doit être en mesure de faire pour mener à bien une activité.

Une compétence est la mise en œuvre par l'étudiant de ressources (savoirs, savoir-faire, savoir-être, faire-savoir, savoir devenir) dans une situation (de formation ou professionnelle) donnée.

### Compétence GLOBALE

À partir d'une commande initiale précisant les besoins et les contraintes, le titulaire du BTS Design graphique, doit être en mesure d'appréhender toutes les étapes de conception d'un projet de design graphique, de les évaluer et de communiquer sur elles.

### Maquette fonctionnelle

La maquette présente une simulation significative des systèmes (graphiques, techniques, technologiques) pensés au regard des critères de conception.

Traduction formelle et fonctionnelle d'une réponse retenue, la maquette expose les solutions graphiques et les scénarii que l'étudiant a imaginés (conçus).

### Cahier des charges (brief client)

Document contractuel décrivant ce qui est attendu du maître d'œuvre par le maître d'ouvrage.

C'est un outil de dialogue permettant d'affiner la compréhension de la demande.

### Instructions créatives (brief créatif)

Informations données aux créatifs pour lancer la création.

Elles ont diverses appellations et sont rédigées selon diverses formulations.

## **S. 1. CULTURE GENERALE ET EXPRESSION**

L'enseignement de « culture générale et expression » dans les sections de techniciens supérieurs « Design graphique » se réfère aux dispositions de l'arrêté du 17 janvier 2005 (Bulletin Officiel de l'éducation nationale du 17 février 2005) fixant les objectifs, les contenus de l'enseignement et le référentiel des capacités du domaine de la culture générale et expression pour les brevets de technicien supérieur.

## S. 2. ÉCONOMIE-GESTION

L'objectif de l'enseignement d'économie et gestion dans les sections de techniciens supérieurs « Design graphique » est triple. Il s'agit de permettre au titulaire du diplôme de :

- se repérer dans l'environnement économique et juridique dans lequel il exerce son activité professionnelle ;
- mettre en œuvre des compétences organisationnelles et de gestion dans le cadre d'un groupe projet et / ou en responsabilité d'une petite structure ;
- communiquer avec les différents partenaires concernés par le projet auquel il participe.

L'enseignement prendra appui sur des cas pratiques issus du domaine du design graphique et plus particulièrement, en deuxième année, sur le projet de l'étudiant. L'enseignement est assuré par un professeur d'économie et gestion.

Première partie Percevoir un environnement projet	
<p>Le titulaire du diplôme doit être capable de caractériser son environnement professionnel (secteur d'activité et organisation dans laquelle il exerce) tant dans sa dimension juridique qu'économique.</p>	
<p><b>1. Caractériser la dimension juridique de l'activité professionnelle</b> L'objectif est d'explorer la dimension juridique de l'activité du technicien supérieur «design graphique», à partir d'exemples issus de l'environnement professionnel immédiat et ainsi de permettre l'appropriation des notions juridiques correspondantes.</p>	
Connaissances	Indicateurs d'évaluation
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les libertés économiques</li> <li>• Le contrat : sa formation et ses effets</li> <li>• La preuve : actes et faits juridiques, modes de preuve</li> <li>• L'action en justice et l'organisation judiciaire</li> <li>• La propriété littéraire et artistique : les droits d'auteur.</li> <li>• La propriété industrielle : marques, brevets, dessins et modèles</li> </ul>	<p>Se limiter strictement aux notions et concepts nécessaires à l'identification des droits et des devoirs spécifiques des contractants.</p> <p>Le contrat de vente commerciale servira d'ancrage à l'étude du contrat.</p> <p>Décrire dans ces grandes lignes le cadre juridique de l'activité économique.</p> <p>Conduire l'étude de contrats relatifs à la cession de droits.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le statut de salarié</li> <li>• Le statut de travailleur indépendant</li> <li>• Les types d'entreprises : individuelles, sociétaires</li> </ul>	<p>L'approche des différents statuts doit permettre de mettre en évidence leurs principales conséquences sur l'activité professionnelle : incidence fiscale et mise en œuvre de la protection sociale.</p> <p>L'étude du contrat de travail mettra en valeur le lien de subordination.</p> <p>Limiter l'étude aux caractéristiques essentielles de l'EURL (entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée), la SARL (société à responsabilité limitée), la SA (société anonyme), la SAS (société anonyme simplifiée).</p>

## 2. Caractériser l'environnement économique de l'activité professionnelle

La finalité est de décrire les grandes lignes du cadre économique et de mettre en évidence la place du design graphique dans le cadre économique général.

Connaissances	Indicateurs d'évaluation
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le cadre économique de l'activité de design graphique</li>   <li>• La notion de marché : les intervenants et leur rôle respectif</li>   <li>• Les caractéristiques des marchés</li>           <li>• Le cadre mondial</li> </ul>	<p>Il s'agit de présenter les aspects qualitatifs du design graphique (variété des activités, spécificités de la production artistique) et les aspects quantitatifs (poids du secteur, valeur ajoutée, effectifs, évolutions).</p> <p>L'objectif est de percevoir la situation des différents marchés sur lesquels s'effectuent les échanges de produits et de services.</p> <p>Il s'agit de cerner les spécificités des marchés du design graphique tant du côté de l'offre (prescripteur, producteur, fournisseur, sous-traitant) que de la demande.</p> <p>Aborder la place des micro-entreprises, des petites et moyennes entreprises, des entreprises de taille intermédiaire et des grandes entreprises ainsi que le degré de concentration des marchés.</p> <p>Les principaux courants d'échanges relatifs au secteur seront décrits : principaux pays concernés, nature des échanges, principales organisations mondiales des échanges concernant ce secteur d'activité.</p>

## 3. Appréhender le marché et les attentes des clients

L'objectif est de comprendre la démarche mercatique à partir des exemples professionnels issus du domaine du design graphique.

Connaissances	Indicateurs d'évaluation
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La démarche mercatique : l'orientation « client »</li>   <li>• La clientèle et ses attentes : typologie de clientèle, caractéristiques des attentes et des motivations de la clientèle, approche sociologique</li>   <li>• Notion de segmentation du marché</li>       <li>• Le positionnement mercatique du produit</li> </ul>	<p>Mettre en évidence à partir d'exemples, les conséquences de l'orientation client (durée de vie des produits, renouvellement rapide des séries).</p> <p>Montrer la nécessité de connaître les évolutions sociologiques de la clientèle pour déterminer et comprendre les tendances du marché.</p> <p>L'étude d'une segmentation de marché illustrera l'apport de ce principe à la mise en œuvre des différents métiers du design graphique.</p> <p>La cohérence entre les variables mercatiques (produit, prix, communication, distribution) sera mise en évidence. L'étude sera limitée à un segment de clientèle.</p>



#### 4. Intégrer les principes du pilotage de l'organisation

L'objectif est de comprendre les principes du pilotage de l'organisation à partir d'exemples professionnels issus du domaine du design graphique.

Connaissances	Indicateurs d'évaluation
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les principes généraux de pilotage</li> <li>• Les notions de projet et de groupe projet</li> <li>• Le processus de prise de décision : information et décision</li> <li>• Les principes d'action : les objectifs, les contraintes, l'organisation (compétences à mobiliser, définition des niveaux de responsabilité, planification, hiérarchisation, répartition des tâches)</li> </ul>	<p>Montrer à partir d'exemples professionnels simples qu'une organisation efficace, quelle que soit sa nature, est nécessairement pilotée selon des principes rigoureux de gestion (but, objectifs, plans d'action, budgets, contrôles).</p> <p>Le rôle de l'information dans la prise de décision sera mis en évidence grâce à des exemples issus de l'environnement professionnel.</p> <p>L'objectif est essentiellement méthodologique. Il s'agit de montrer les principes d'organisation de l'action, de la définition d'objectifs opérationnels jusqu'à l'évaluation en fonction de critères pertinents. Les divers acteurs du projet, seront identifiés, qu'ils soient internes ou externes et leurs modalités de collaboration caractérisées.</p>

#### 5. Appréhender la dimension financière des projets de design graphique

L'objectif est de comprendre les problématiques de gestion en s'appuyant sur des situations de microentreprise.

Connaissances	Indicateurs d'évaluation
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le cycle d'exploitation de l'entreprise</li> <li>• Notion de fonds de roulement</li> <li>• Les indicateurs de performance : activité et rentabilité</li> <li>• La trésorerie</li> <li>• Les coûts : coûts opérationnels, coûts de structure</li> <li>• Le processus commercial : devis, facture</li> </ul>	<p>Le titulaire du diplôme devra être capable de percevoir les contraintes de temps du cycle d'exploitation et ses conséquences financières.</p> <p>Comprendre les notions de chiffre d'affaires, valeur ajoutée, marge, résultat. Les techniques comptables de calcul ne sont pas exigées.</p> <p>La trésorerie sera appréhendée comme un indicateur de pérennité.</p> <p>Les notions devront être installées sans entrer dans les modalités de calcul comptable.</p> <p>Le traitement des données relatives aux documents commerciaux est exigé. Le caractère contractuel du devis sera mis en évidence.</p> <p>En matière de taxe sur la valeur ajoutée, seul le principe sera pris en compte.</p>

**Deuxième partie**  
**Construire le projet**

Le titulaire du diplôme doit être capable de caractériser, d'organiser et de budgétiser un projet.

**1. Caractériser le projet**

L'objectif est de s'appuyer sur des situations concrètes de fonctionnement de groupes projets pour en appréhender les caractéristiques.

Connaissances	Indicateurs d'évaluation
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La nature du service et / ou du produit</li> <li>• La création intellectuelle et la valeur ajoutée associée</li> <li>• Le prix</li> </ul>	Il s'agit de mettre en relation les caractéristiques techniques et artistiques propres à la prestation offerte au client et leur valorisation à travers le prix proposé

**2. Organiser le projet**

L'objectif est de s'appuyer sur des situations concrètes de fonctionnement de groupes projets pour mettre en œuvre des méthodes d'organisation. L'importance du partage et de l'échange d'informations entre les membres de ce groupe et les apports des technologies de l'information et de la communication dans ce domaine seront particulièrement mises en évidence

Connaissances	Indicateurs d'évaluation
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La répartition des tâches</li> <li>• La planification des activités</li> <li>• L'organisation de l'information</li> <li>• La définition des critères d'efficacité</li> </ul>	Le suivi de la réalisation du projet dans sa dimension d'avancement des tâches et dans sa dimension financière devra permettre d'acquérir les compétences organisationnelles nécessaires.

**3. Budgétiser le projet**

L'étude sera limitée à des exemples simples de projets.

Connaissances	Indicateurs d'évaluation
<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'identification prévisionnelle des moyens nécessaires à mobiliser : matériels, humains, informationnels</li> <li>• Le budget prévisionnel et le suivi des écarts.</li> </ul>	L'étude mobilisera les connaissances relatives aux coûts et permettra de construire des prévisions sous la forme de budgets.

**Troisième partie**  
**Communiquer pour le projet**

L'apprentissage des notions de base de la communication vise à développer l'aptitude à analyser et à mener une communication professionnelle. Elle s'exercera dans un contexte de relations internes et externes.

**1. Promouvoir et soutenir le projet**

Favoriser les mises en situation réelle permettant le repérage des conditions d'efficacité de la communication et la mise en œuvre des actions favorables à cette efficacité.

Connaissances	Indicateurs d'évaluation
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les types de communication : inter-personnelle, de groupe, de masse</li> <li>• Les composantes de la communication : acteurs, message, canal, contexte, sens, enjeux</li> <li>• La communication orale : signes verbaux, registre de langage, signes non verbaux, normes sociales, rituels, écoute</li> <li>• La communication écrite : qualités rédactionnelles et formelles, les apports des technologies de l'information et de la communication</li> <li>• La négociation du projet : préparation de la négociation, choix et mise en œuvre d'une démarche, conduite des entretiens et suivi de la relation</li> </ul>	<p>La maîtrise de la communication orale permettra notamment de rendre pertinente la présentation et la soutenance du projet.</p>

**2. Communiquer au sein du groupe projet**

Favoriser les mises en situation réelle permettant le repérage des conditions d'efficacité de la communication au sein d'un groupe et la mise en œuvre des actions favorables à cette efficacité.

Connaissances	Indicateurs d'évaluation
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les objectifs du groupe : échanges, travail partagé, partage de l'information, créativité</li> <li>• Le fonctionnement du groupe : dynamique, conflits et régulation</li> <li>• Les caractéristiques des groupes : taille, composition, groupe formel,</li> <li>• informel, permanent, temporaire, activité, structuration</li> <li>• La communication dans le groupe : communication formelle, informelle, système de communication</li> <li>• Les attitudes des participants : rôles et influences</li> </ul>	<p>La prise en compte des exigences des divers acteurs du projet est un élément clé de la réussite.</p> <p>Les notions seront illustrées d'exemples (statut du technicien, du créateur et du commercial).</p>

### **S. 3. LANGUE VIVANTE ETRANGERE**

L'enseignement de « langue vivante étrangère » dans les sections de techniciens supérieurs « Design graphique » se réfère aux dispositions de l'arrêté du 22 juillet 2008 (Bulletin Officiel de l'éducation nationale n°32 du 28 août 2008) fixant les objectifs, les contenus de l'enseignement et le référentiel des capacités du domaine de la langue vivante étrangère pour les brevets de technicien supérieur.

## **S. 4. PHILOSOPHIE**

En plus des deux heures de philosophie en 2<sup>e</sup> année, une heure de philosophie sera dispensée en co-animation en Atelier de conception sur les 3 heures en classe entière.

### **Le monde sensible**

L'espace et le lieu. Le temps  
Le corps  
Matières et formes  
L'imaginaire  
La représentation

### **Le langage**

Expression, communication, signification  
Le concept, le style

### **Art, technique, science**

L'invention  
Fabrication, création  
L'utile, le beau

### **La société**

La culture  
Le travail. Les échanges  
La personne  
La politique

### **La liberté, la vérité**

Les notions qui composent le programme ne désignent pas les champs successifs d'un cours. Il appartient au professeur d'analyser ces notions, d'en organiser l'étude et de déterminer celle-ci par des problèmes philosophiques explicitement formulés. Dans la liste présente, la plupart des notions sont accompagnées de quelques indications.

L'ordre d'exposition du programme n'impose pas l'ordre de son traitement. La découverte des solidarités philosophiques qui permettent d'articuler les notions, de rassembler certaines d'entre elles et, ainsi, de ne pas les examiner de manière juxtaposée, relève du travail philosophique et pédagogique du professeur, qui veillera à son adéquation avec l'ensemble de l'enseignement dispensé

## **S. 5. SCIENCES PHYSIQUES**

L'enseignement doit être assuré par un professeur unique, de sciences physiques

L'enseignement des sciences physiques et chimiques dans ce BTS est destiné à développer, chez les étudiants, la compréhension et la connaissance des phénomènes et lois physiques mis en œuvre dans le domaine professionnel. Le professeur donnera à son enseignement, une orientation résolument expérimentale et concrète. Il recherchera des exemples et applications en liaison avec les enseignements technologiques.

Le programme de sciences physiques est élaboré pour apporter une réponse aux besoins réels des étudiants de cette filière professionnelle : il est en cohérence avec le Référentiel des Activités Professionnelles établi par les membres de la Profession.

Aux objectifs de connaissances s'ajoutent des objectifs méthodologiques : la poursuite de la pratique de la méthode et du raisonnement scientifiques, notamment au cours des séances de travaux de laboratoire, doit contribuer à développer chez le futur technicien l'esprit critique et l'autonomie nécessaires à l'analyse des situations qu'il rencontrera.

À ce niveau, l'enseignement de sciences physiques prolonge la formation scientifique acquise dans le second cycle afin de renforcer chez les étudiants leur aptitude à élaborer et maîtriser les capacités générales de communication, de conceptualisation et d'action, ce qui leur permettra de s'adapter à l'évolution des techniques et d'accéder à des niveaux supérieurs de qualification.

En sciences, la logique de construction des compétences chez les étudiants se fonde d'abord sur l'acquisition de connaissances et de savoir-faire résultant d'un enseignement privilégiant la démarche expérimentale. Grâce aux travaux pratiques, de nombreux points du programme offrent la possibilité d'une approche concrète et accessible aux étudiants permettant ensuite au professeur d'introduire les concepts en évitant toute mathématisation excessive.

Le professeur ne perdra pas de vue que son public est constitué d'étudiants ayant des origines scolaires parfois très différentes. Il est possible d'apporter à tous un niveau d'information équivalent c'est-à-dire une connaissance ciblée de ces champs disciplinaires au travers d'une approche spécifique adaptée aux besoins de la filière et mettant en jeu une stratégie pédagogique différente, qui paraîtra nouvelle à tous : il serait donc particulièrement maladroit de donner des compléments d'information sous la forme de monographies, ce qui apparaîtrait comme des redites de programmes des classes antérieures aux yeux des étudiants.

Le programme de sciences physiques met l'accent sur l'utilisation professionnelle qui peut être faite d'un enseignement scientifique : il en résulte que, pour dispenser un enseignement scientifique, le professeur devra s'appuyer sur la pratique professionnelle propre à la filière, en choisissant des exemples et des supports d'exercices provenant de la spécialité.

NOTIONS ET CONTENUS	COMPETENCES EXIGIBLES	LIENS AVEC LES AUTRES DISCIPLINES ET LE MILIEU PROFESSIONNEL
<p><b>A. L'APPAREIL PHOTOGRAPHIQUE</b></p> <p>Présentation de l'appareil photographique Constitution, rôle des différentes parties (objectif, diaphragme, capteurs).</p> <p>Formation d'une image Les lentilles (<i>On n'abordera les lentilles divergentes que dans le cadre du zoom</i>)</p> <p>Objectifs photographiques</p> <p>Exposition Nombres d'ouverture, durée d'exposition, indice de luminance IL ou EV, histogramme.</p> <p>Le capteur CCD/CMOS Taille, définition, sensibilité.</p> <p>La profondeur de champ</p>	<p><u>Formation d'une image</u> Construire graphiquement l'image d'un objet plan perpendiculaire à l'axe optique. Utiliser la formule de conjugaison sous forme algébrique et celle du grandissement. Calculer la focale standard en fonction de la taille du capteur. Relier l'angle de champ à la distance focale de l'objectif et à la taille du capteur. Distinguer zoom optique et zoom numérique.</p> <p><u>Objectifs photographiques</u> Classer un objectif (fish-eye, grand angle, téléobjectif) en fonction de la valeur de sa distance focale et de la valeur de la distance focale standard. Connaître l'influence du choix de la focale sur l'éloignement des plans.</p> <p><u>Exposition</u> Connaître l'influence du choix du nombre d'ouverture et du temps de pose sur l'éclairement reçu par le capteur. Savoir calculer des couples Nombre d'ouverture/Temps de Pose équivalents, assurant une même exposition. Interpréter un histogramme afin d'évaluer la surexposition ou la sous-exposition d'une photographie.</p> <p><u>Capteur numérique</u> Décrire le fonctionnement d'un capteur photosensible CCD/CMOS d'un appareil photographique numérique. Relier la sensibilité d'un capteur à sa taille et à sa définition, c'est à dire à sa densité de pixels. Comparer les sensibilités des pellicules argentiques et des capteurs CCD/CMOS.</p> <p><u>Profondeur de champ</u> Définir la profondeur de champ. Connaître l'influence de la distance de prise de vue, du nombre d'ouverture, de la distance focale de l'objectif et de la taille du capteur sur la profondeur de champ.</p>	<p>Lien avec la perspective : Influence du choix de la focale sur l'éloignement ou le rapprochement des différents plans. La photographie est une mise en perspective à 3 points de fuite ; on peut montrer comment l'utilisation de la chambre photographique peut la ramener à une perspective à 2 points de fuites (photos de publicité, de design et d'architecture) et quel en est l'intérêt.</p> <p>Utilisation d'un luxmètre (posemètre).</p> <p>Utilisation d'un appareil photographique à zoom optique et d'un logiciel approprié pour distinguer zoom optique et numérique</p> <p>Choix de l'exposition et de la focale en fonction d'un parti pris esthétique.</p> <p>Les différents modes de fonctionnement de l'APN (modes SPAM : priorité vitesse, priorité ouverture, auto, manuel).</p>

<p><b>B - LA COULEUR</b></p> <p><b>1. Perception de la couleur</b> La lumière. Synthèse additive. Structure de l'œil, rôles de la rétine et du cerveau. Notions de pouvoir séparateur de l'œil et de persistance rétinienne. Éclairage et métamérisme : influence de l'éclairage sur les couleurs perçues, différences de rendu des couleurs.</p> <p><b>2. Mesure de la couleur</b> Sources de lumière naturelles et artificielles (lampes à incandescence, lampes fluorescentes, lampes à décharges, LED, OLED...). Spectres d'émission et température de couleur, efficacité lumineuse. Colorimétrie. Espaces colorimétriques.</p> <p><b>3. Gestion de la couleur dans la chaîne graphique</b> Synthèse soustractive : reproduction d'images, par une imprimante jet d'encre, une presse offset, ... Notion de profil colorimétrique (optimisation du respect des couleurs dans la chaîne graphique). Étalonnage du moniteur.</p>	<p>Perception de la couleur Utiliser un système dispersif (prisme et réseau) pour visualiser des spectres d'émission. Citer les limites, en longueur d'onde, du domaine de la lumière visible. Repérer sur une échelle de longueur d'onde les domaines UV, visible et IR. Expliciter le rôle de chacun des deux types de cellules photosensibles de l'œil. Connaître les domaines de sensibilité des différents types de cônes. Savoir que le cerveau traite le signal visuel en trois signaux : un signal « hautes fréquences » (luminance) et deux signaux « basses fréquences » (chrominances). Connaître les différents modes colorimétriques: RVB, CMJN, Lab et YcrCb.</p> <p>Mesure de la couleur Connaître différents types de spectres d'émission. Connaître approximativement les valeurs de température de couleur de quelques sources usuelles. Utiliser un diagramme de chromaticité CIE 1931 en vue de déterminer une longueur d'onde dominante, une pureté d'excitation, la longueur d'onde dominante de la couleur complémentaire d'une couleur donnée.</p> <p>Gestion de la couleur dans la chaîne graphique Comparer des gamuts inclus dans les profils ICC de différents appareils (écrans, imprimantes, etc.) et repérer les couleurs non reproductibles.</p>	<p>Simulation du daltonisme avec logiciel de retouche photo.</p> <p>Transformation d'une image du mode RVB en mode Lab ou YCbCr avec un logiciel de retouche photo : augmentation de la netteté dans la couche L, augmentation du flou dans les couches de chrominance afin de limiter le bruit colorimétrique.</p> <p>Comparaison des cercles chromatiques utilisés en peinture et en infographie.</p> <p>Utilisation d'un logiciel de retouche d'images comme un logiciel de traitement du signal : - amélioration de netteté → augmentation des hautes fréquences - détection des contours → filtre "passe-haut" dans le logiciel de retouche d'images - élimination du bruit chromatique → augmentation des basses fréquences ... Maîtrise de la balance des blancs (WB : White Balance) sur un appareil photo numérique (APN) et en vidéo (correction des dominantes colorées).</p> <p>Conversion du profil ICC d'une image dans l'espace colorimétrique de l'appareil d'impression avant tirage à l'aide d'un logiciel de retouche photo.</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



<p><b>C - SON ET IMAGE: FORMATS DE FICHIERS</b></p> <p><b>1 .Image</b> Notions de compression sans perte et avec perte. Choix du format en fonction du media.</p> <p><b>2. Son</b> Nature du son. Grandeurs caractéristiques d'un son pur (hauteur, intensité, niveau sonore). Grandeurs caractéristiques d'un son complexe (notion de fréquence fondamentale, d'harmoniques et de timbre). Domaine de fréquences audibles ; sensibilité de l'oreille. Passage d'un signal analogique à un signal numérique: échantillonnage, quantification, compression (explication sommaire du format mp3). Formats de fichiers son : AIFF (non dégradé), Wave (non dégradé), mp3 (dégradé).</p> <p><b>3. Vidéo</b> Présentation de quelques formats vidéo répandus notamment dans les APN (appareils photographiques numériques DSC</p>	<p><u>Image</u> Connaître les caractéristiques des fichiers RAW, JPEG, TIFF (avantages et inconvénients : taille physique des fichiers, niveaux de détails, pertes de données...).</p> <p><u>Son</u> Connaître les unités des grandeurs caractéristiques d'un son. Connaître la différence entre un son pur, un son complexe et du bruit. Savoir que la hauteur d'un son est mesurée par la fréquence de son harmonique fondamental. Savoir lire et exploiter un spectre de fréquences. Connaître les caractéristiques des fichiers AIFF, WAVE, MP3 (avantages et inconvénients : taille physique des fichiers, niveaux de détails, pertes de données...)</p>	<p>Choix du bon format d'image, de son ou de vidéo en fonction du support de destination (média imprimés ou numériques) en relation avec les ateliers des autres disciplines.</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## **S. 6.A. STUDIO DE CREATION**

### **OPTION COMMUNICATION ET MEDIAS IMPRIMES**

#### **Définition**

Le studio de création vise à développer des compétences de conception par la mobilisation et l'articulation des savoirs et savoir-faire acquis dans les autres disciplines et par l'apport d'un ensemble de méthodes, techniques, savoirs et savoir-faire spécifiques pour conduire une démarche de projet dans le domaine du design graphique.

Esprit d'analyse, sens critique, maîtrise des langages graphiques, techniques et technologiques spécifiques et capacité de communication alimentent le processus créatif et valorisent l'engagement personnel.

Compte tenu du développement technologique des moyens de communication, les deux options complémentaires sont distinguées, donnant à l'étudiant une dominante particulière à sa formation. L'enseignement vise donc pour l'option Communication et médias imprimés à la conception de produits imprimés sur tout support et dans tous les domaines du design graphique tout en permettant d'envisager les applications possibles sur supports numériques.

#### **Objectifs**

Il s'agit de développer la créativité (ses pratiques, ses méthodes, ses outils) selon 3 approches du projet de design graphique :

- une créativité réactive sur la phase de recherche, c'est-à-dire une créativité sous contrainte de temps visant une diversité d'hypothèses de réponses.
- une créativité aussi bien divergente que convergente amorcée par l'analyse et couvrant les étapes de la recherche et du développement.
- une méthodologie créative envisageant l'ensemble du processus de conception, de l'appropriation de la demande (réflexion critique, autonomie, engagement personnel) jusqu'à une maquette de projet.

#### **Compétences**

Les compétences transversales sont concernées ainsi que les suivantes, adaptées aux contraintes des médias imprimés :

- C.1.1. Traiter les informations initiales de la demande.
- C.2.1. Déterminer les critères stratégiques de la commande.
- C.2.2. Déterminer les critères de conception.
- C.3.1. Convoquer et mettre en jeu ses ressources.
- C.3.2. Concevoir des hypothèses de réponse.
- C.4.1. Définir les enjeux du développement pour le projet.
- C.4.2. Conduire une recherche de mise au point.
- C.4.3. Conduire une démarche d'intégration.

#### **Domaines d'intervention**

##### **PAR DOMAINE**

Les exercices et projets abordent les différents domaines du design graphique :

- le design d'identité (design de charte graphique, packaging, habillage, etc.) ;
- le design d'édition (design éditorial, design de presse, etc.) ;
- le design de message (graphisme d'information, design d'interfaces, design de services, signalétique, etc.).

##### **PAR SUPPORT**

Les supports de communication traités sont ouverts à la multiplicité de la profession en considérant que le projet sera pensé dans une finalité de production de supports imprimés :

- papeterie,
- affiche,
- éléments de communication,
- livre,
- presse,
- packaging,
- habillage,
- signalétique,
- etc.

ou éventuellement vidéo :

- spot publicitaire,
- etc.

##### **PAR TYPE DE COMMUNICATION**

Les différents types de communication tels qu'ils ont été définis dans le cours de culture de la communication peuvent être explorés :

- communication institutionnelle ;
- communication citoyenne (sociale, publique, politique) ;
- communication culturelle ;
- communication commerciale publicitaire.

PAR TYPE DE RECEPTION

Enfin, les projets veillent alternativement à considérer l'individu en tant que spectateur, utilisateur, acteur.

**Dimension technologique**

Le studio de création est un lieu privilégié d'exploitation et de mise en œuvre des savoirs et savoir-faire des technologies de création et de production utiles au processus créatif, dans des activités de divergence comme de convergence au service du projet.

**Dimension critique**

La confrontation des points de vue permet d'initier une réflexion sur les enjeux et les pratiques du design graphique, les sens de son action et ses effets à l'échelle de l'homme et de la société.

**Préambule**

L'enseignement de studio de création privilégie la synthèse de l'ensemble des apprentissages : plastiques, théoriques et technologiques.

Au sein du studio de création doivent interagir :

- l'exercice d'une pensée réflexive et d'une approche intuitive ;
- la culture générale, artistique et spécifique aux secteurs d'activité ;
- les démarches créatives ;
- la maîtrise des langages plastiques ;
- les connaissances techniques ;
- l'utilisation des technologies de la communication ;
- la communication orale et écrite en français et au minimum dans une langue étrangère ;
- les données de mercatique, de gestion et de législation.

SAVOIRS ASSOCIES	NIVEAUX D'EXIGENCE
CONVOCATION ET TRANSFERT DES CONNAISSANCES DU DOMAINE DU DESIGN GRAPHIQUE : - cours de culture de communication.	Les enjeux et les limites de la demande sont identifiés et compris.
EXPLOITATION ET RESPECT DES CONTRAINTES : - contexte de communication ; - aspects stratégiques de la commande ; - enjeux de communication ; - contribution potentielle du design graphique ; - caractéristiques fonctionnelles ; - stratégie créative ; - phases et processus de conception ; - médias et supports.	Les données présentes, manquantes, fiables ou non fiables sont recensées et classées. La demande relevant de la communication graphique est reformulée de manière claire et concise.  <p align="center"><b>LES VARIABLES DU PROJET SONT CONNUES (CONSTAT, PROBLEME, CIBLE, CONTRAINTES/OPPORTUNITES, FREINS/MOTIVATIONS, ETC.).</b></p> Les scenarii d'usages sont décrits. Les besoins et les contraintes sont déterminés. Un système de références essentiellement visuelles est constitué. Les paramètres et procédures sont optimisés en termes de coûts, d'espace et de temps. Les délais et coûts sont respectés. Les caractéristiques économiques et juridiques sont fixées.

<p>EXPLOITATION DES SAVOIR-FAIRE CREATIFS &amp; MODES EXPLORATOIRES :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- expérimentation des techniques de créativité ;</li> <li>- association et combinaison des paramètres d'origines diverses ;</li> <li>- détournement et déplacement, transfert des données implicites et explicites.</li> </ul>	<p>Le contenu et sa gestion sont pensés.</p> <p>Les savoir-faire créatifs et graphiques sont mobilisés de manière justifiée et argumentée.</p> <p>Les expérimentations et les choix prennent en compte et exploitent les contraintes de la demande et du projet.</p> <p>Les orientations de recherches sont multiples et variées.</p> <p>Les différentes potentialités sont interrogées par des expérimentations variées au service et en accord avec le sens du projet.</p> <p>Les hypothèses de réponses données à voir sont originales, multiples et variées, offrant le potentiel suffisant pour poursuivre le projet.</p> <p>Les hypothèses sont crédibles, vérifiables, plausibles.</p> <p>Les expérimentations à mener sont identifiées dans un plan de développement.</p>
<p>EXPLOITATION CREATIVE DES LANGAGES ET RHETORIQUES GRAPHIQUES :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- cours de culture design graphique ;</li> <li>- cours de culture typographique ;</li> <li>- cours de culture de la communication.</li> </ul>	<p>Les instructions créatives sont opératoires.</p> <p>Les langages et rhétoriques graphiques sont mobilisés de manière justifiée et argumentée.</p> <p>Les enjeux et contraintes sont pris en compte et exploités.</p>
<p>EXPLOITATION CREATIVE DES SAVOIR-FAIRE TECHNIQUES :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- cours de dessin d'intention ;</li> <li>- cours de pratique plastique ;</li> <li>- cours de technologie de création ;</li> <li>- cours de technologie de production ;</li> <li>- cours de culture typographique ;</li> <li>- nature et gestion du contenu.</li> </ul>	<p>Les savoir-faire techniques sont mis en œuvre et maîtrisés de manière justifiée.</p> <p>Les expérimentations diverses sont produites en faisant varier les paramètres.</p>
<p>VEILLE CULTURELLE ET TECHNOLOGIQUE Culture graphique et ouverture sur les pratiques graphiques et technologiques contemporaines.</p>	<p>Les expérimentations, hypothèses, solutions tiennent compte des pratiques graphiques contemporaines et des technologies innovantes disponibles.</p>

## **S. 6.B. STUDIO DE CREATION OPTION COMMUNICATION & MEDIAS NUMERIQUES**

### **Définition**

Le studio de création vise à développer des compétences de conception par la mobilisation et l'articulation des savoirs et savoir-faire acquis dans les autres disciplines et par l'apport d'un ensemble de méthodes, techniques, savoirs et savoir-faire spécifiques pour conduire une démarche de projet dans le domaine du design graphique.

Esprit d'analyse, sens critique, maîtrise des langages graphiques, techniques et technologiques spécifiques et capacité de communication alimentent le processus créatif et valorisent l'engagement personnel.

Compte tenu du développement technologique des moyens de communication, les deux options complémentaires sont distinguées, donnant à l'étudiant une dominante particulière à sa formation. L'enseignement vise donc pour l'option Communication et médias numériques à la conception de produits numériques sur tout support et dans tous les domaines du design graphique tout en permettant d'envisager les applications possibles sur supports imprimés.

### **Objectifs**

Développer la créativité (ses pratiques, ses méthodes, ses outils) selon 3 approches du projet de design graphique :

- une créativité réactive sur la phase de recherche, c'est-à-dire une créativité sous contrainte de temps visant une diversité d'hypothèses de réponses ;
- une créativité aussi bien divergente que convergente amorcée par l'analyse et couvrant les étapes, de la recherche et du développement ;
- une méthodologie créative envisageant l'ensemble du processus créatif, de l'appropriation de la demande (réflexion critique, autonomie, engagement personnel) jusqu'à une maquette de projet.

### **Compétences**

Les compétences transversales sont concernées ainsi que les suivantes :

- C.1.1. Traiter les informations initiales de la demande.
- C.2.1. Déterminer les critères stratégiques de la commande.
- C.2.2. Déterminer les critères de conception.
- C.3.1. Convoquer et mettre en jeu ses ressources.
- C.3.2. Concevoir des hypothèses de réponse.
- C.4.1. Définir les enjeux du développement pour le projet.
- C.4.2. Conduire une recherche de mise au point.
- C.4.3. Conduire une démarche d'intégration

### **Domaines d'intervention**

#### PAR DOMAINE

Les exercices et projets abordent les différents domaines du design graphique :

- le design d'identité (design de charte graphique, packaging, habillage, etc.) ;
- le design d'édition (design éditorial, design de presse, etc.) ;
- le design de message (graphisme d'information, design d'interfaces, design de services, signalétique, etc.).

#### PAR SUPPORT

Les supports de communication traités sont ouverts à la multiplicité de la profession en considérant que le projet sera pensé dans une finalité de production de supports numériques :

- site web,
- borne interactive,
- édition numérique,
- habillage,
- design d'interface,
- jeu vidéo,
- etc.

#### PAR TYPE DE COMMUNICATION

Les différents types de communication tels qu'ils ont été définis dans le cours de culture de la communication pourront être explorés :

- communication institutionnelle ;
- communication citoyenne (sociale, publique, politique) ;
- communication culturelle ;
- communication commerciale.

#### PAR TYPE DE RECEPTION

Enfin, les projets veillent alternativement à considérer l'individu en tant que spectateur, utilisateur, acteur.

## Dimension technologique

Le studio de création est un lieu privilégié d'exploitation et de mise en œuvre des savoirs et savoir-faire des technologies de création et de production utiles au processus créatif, dans des activités de divergence comme de convergence au service du projet.

## Dimension critique

La confrontation des points de vue doit permettre d'initier une réflexion sur les enjeux et les pratiques du design graphique, les sens de son action et ses effets à l'échelle de l'homme et de la société.

### Préambule

L'enseignement de studio de création privilégie la synthèse de l'ensemble des apprentissages : plastiques, théoriques et technologiques.

Au sein du studio de création doivent interagir :

- l'exercice d'une pensée réflexive et d'une approche intuitive ;
- la culture générale, artistique et spécifique aux secteurs d'activité ;
- les démarches créatives ;
- la maîtrise des langages plastiques ;
- les connaissances techniques ;
- l'utilisation des technologies de la communication ;
- la communication orale et écrite en français et au minimum dans une langue étrangère ;
- les données de mercatique, de gestion et de législation.

SAVOIRS ASSOCIES	NIVEAUX D'EXIGENCE
<p>DEFINITIONS &amp; SAVOIRS PROPRES A LA COMMUNICATION ET AUX MEDIAS NUMERIQUES :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- design graphique, communication, graphisme ;</li> <li>- domaines d'intervention :                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- design de message,</li> <li>- design d'édition,</li> <li>- design d'identités</li> </ul> </li> <li>- secteurs d'activité : webdesign, design d'interfaces, design interactif, motion design, game design, etc. ;</li> <li>- types de communication ;</li> <li>- fonctions de communications ;</li> <li>- logiques de réception et d'usages ;</li> <li>- supports.</li> </ul>	<p>La nature du projet (domaine d'intervention, secteur d'activité, etc.) est repérée et définie.</p> <p>La contribution potentielle du design graphique est identifiée.</p>
<p>DEFINITIONS &amp; SAVOIRS PROPRES A LA CREATION NUMERIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- multimédia, multi-média ;</li> <li>- temporalité et spatialité ;</li> <li>- interaction et interactivité ;</li> <li>- scénarisation linéaire et scénarisation interactive ;</li> <li>- écritures et syntaxes multimédia ;</li> <li>- interfaces et ergonomie ;</li> <li>- navigation et consultation ;</li> <li>- nature et gestion du contenu ;</li> <li>- hiérarchisation, visibilité, lisibilité ;</li> <li>- chartes interactives ou non ;</li> <li>- etc.</li> </ul>	<p>Les enjeux créatifs propres au multimédia sont identifiés.</p>

<p>EXPLOITATION ET RESPECT DE LA DEMANDE ET DES CONTRAINTES DU PROJET :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- contexte de communication ;</li> <li>- aspects stratégiques de la commande ;</li> <li>- caractéristiques esthétiques et fonctionnelles ;</li> <li>- médias et supports ;</li> <li>- stratégie créative.</li> </ul>	<p>Les enjeux de communication sont repérés et définis.</p> <p>Les contraintes sont identifiées et exploitées.</p>
<p>EXPLOITATION DES SAVOIR-FAIRE CREATIFS ET DES MODES EXPLORATOIRES :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- expérimentation des techniques de créativité (techniques informelles et techniques organisées) ;</li> <li>- association et combinaison des paramètres d'origines diverses (le réel, les univers conventionnels, codés et symboliques, les images mentales collectives et individuelles) ;</li> <li>- détournement et déplacement, transfert des données implicites et explicites (signes, images, textes, etc.) ;</li> <li>- expérimentation à partir des figures de style.</li> </ul>	<p>Les expérimentations convoquent des savoir-faire créatifs et des modes exploratoires variés au service et en accord avec le sens du projet.</p> <p>Les moyens expressifs de représentation et de communication sont adaptés à la nature de la recherche.</p>
<p>EXPLOITATION CREATIVE DES LANGAGES ET DES RHETORIQUES GRAPHIQUES :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- cours de culture design graphique ;</li> <li>- cours de culture typographique ;</li> <li>- cours de culture de la communication.</li> </ul>	<p>Les langages et rhétoriques graphiques sont mobilisés de manière justifiée et argumentée.</p> <p>Les expérimentations convoquent des savoir-faire.</p>
<p>EXPLOITATION CREATIVE DES SAVOIR-FAIRE TECHNIQUES ET TECHNOLOGIQUES :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- cours de dessin d'intention ;</li> <li>- cours de pratique plastique ;</li> <li>- cours de technologie de création ;</li> <li>- cours de technologie de production ;</li> <li>- cours de culture typographique.</li> </ul>	<p>Les expérimentations convoquent des savoir-faire.</p> <p>Les savoir-faire techniques sont mobilisés de manière justifiée et argumentée.</p>
<p>VEILLE CULTURELLE ET TECHNOLOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- culture graphique et ouverture sur les pratiques graphiques et technologiques contemporaines.</li> </ul>	<p>Les expérimentations, hypothèses, solutions tiennent compte des pratiques graphiques contemporaines et des technologies innovantes disponibles.</p>

## S. 7.A. ATELIERS OPTION COMMUNICATION & MEDIAS IMPRIMES

### Définition

Ce dispositif pédagogique est un complément pratique au studio de création par des prolongements aux enseignements techniques et technologiques fondamentaux.

Dans le studio de création, c'est le contexte qui initie le projet, tandis que c'est le questionnement disciplinaire qui l'initie dans les ateliers.

Il a pour objet :

- d'approfondir des technologies propres à l'option ;
- d'ouvrir pour une mise en œuvre pratique de la porosité entre les options ;
- de participer à la singularisation du dossier professionnel des étudiants.

### Objectifs

Développer une pratique et une connaissance de champs particuliers du design graphique (propres à l'option ou non) à partir d'un questionnement technique et technologique stimulant une créativité en phase de recherche et de développement des projets menés.

### Compétences

- C.3.1. Convoquer et mettre en jeu ses ressources.
- C.3.2. Concevoir des hypothèses de réponse.
- C.4.1. Définir les enjeux du développement pour le projet.
- C.4.2. Conduire une recherche de mise au point.
- C.4.3. Conduire une démarche d'intégration.

### Modalités

Les ateliers sont un espace privilégié permettant aux équipes pédagogiques de valoriser leurs compétences spécifiques et de développer une identité de section selon les ressources propres à l'établissement et son contexte professionnel local.

L'enseignement est assuré prioritairement par des enseignants en charge du studio de création et de la technologie, chacun pouvant intervenir sur un domaine de compétence qui lui est propre.

Des professionnels spécialistes peuvent assurer une intervention d'expertise et d'échange avec les étudiants.  
La maintenance du laboratoire doit être assurée par un agent.

Ils sont envisagés pour permettre des postures de création différentes de celles du studio de création par la mise en place d'une organisation pédagogique adaptée (workshops, projets en partenariat, etc.).

Les enjeux des projets plus ou moins ambitieux permettent d'interroger les techniques et technologies qui ont été choisies. Elles sont explorées et approfondies par l'équipe. Et elles sont soutenues par des apports théoriques.

### Propositions et recommandations

Les ateliers présentés ci-dessous constituent des propositions d'entrées possibles destinées à favoriser l'appréhension des différents aspects du design graphique et peuvent être enrichis par l'équipe selon son projet pédagogique dans une programmation sur les 2 années.

Il est recommandé de mener un minimum de 4 ateliers au cours de la formation.

Approfondissement de l'option A : Communication et médias imprimés	Ouverture à l'option B : Communication et médias numériques
<ul style="list-style-type: none"><li>- Techniques d'impression.</li><li>- Techniques de façonnage.</li><li>- Photographie (prise de vue).</li><li>- Photographie (postproduction).</li><li>- Emballage et packaging.</li><li>- Signalétique.</li><li>- etc.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Édition numérique.</li><li>- Design interactif.</li><li>- Animation linéaire.</li><li>- Vidéo (effets spéciaux).</li><li>- Vidéo (plateau de tournage).</li><li>- Supports et matériaux.</li><li>- etc.</li></ul>



## S. 7.B. ATELIERS

### OPTION COMMUNICATION & MEDIAS NUMERIQUES

#### Définition

Ce dispositif pédagogique est un complément pratique au studio de création par des prolongements aux enseignements techniques et technologiques fondamentaux.

Dans le studio de création, c'est le contexte qui initie le projet, tandis que c'est le questionnement disciplinaire qui l'initie dans les ateliers.

Il a pour objet :

- d'approfondir des technologies propres à l'option ;
- d'ouvrir pour une mise en œuvre pratique de la porosité entre les options ;
- de participer à la singularité du dossier professionnel de l'étudiant.

#### Objectifs

Développer une pratique et une connaissance de champs particuliers du design graphique (propres à l'option ou non) à partir d'un questionnement technique et technologique stimulant une créativité en phase de recherche et de développement des projets menés.

#### Compétences

- C.3.1. Convoquer et mettre en jeu ses ressources.
- C.3.2. Concevoir des hypothèses de réponse.
- C.4.1. Définir les enjeux du développement pour le projet.
- C.4.2. Conduire une recherche de mise au point.
- C.4.3. Conduire une démarche d'intégration.

#### Modalités

Les ateliers sont un espace privilégié permettant aux équipes pédagogiques de valoriser leurs compétences spécifiques et de développer une identité de section selon les ressources propres à l'établissement et son contexte professionnel local.

L'enseignement est assuré prioritairement par des enseignants en charge du studio de création et de la technologie, chacun pouvant intervenir sur un domaine de compétence qui lui est propre.

Des professionnels spécialistes peuvent assurer une intervention d'expertise et d'échange avec les étudiants.  
La maintenance du laboratoire doit être assurée par un agent.

Ils sont envisagés pour permettre des postures de création différentes de celles du studio de création par la mise en place d'une organisation pédagogique adaptée (workshops, projets en partenariat, etc.).

Les enjeux des projets plus ou moins ambitieux permettent d'interroger les techniques et technologies qui ont été choisies. Elles sont explorées et approfondies par l'équipe. Et elles sont soutenues par des apports théoriques.

#### Propositions et recommandations

Les ateliers présentés ci-dessous constituent des propositions d'entrées possibles destinées à favoriser l'appréhension des différents aspects du design graphique et peuvent être enrichis par l'équipe selon son projet pédagogique dans une programmation sur les 2 années.

Il est recommandé de mener un minimum de 4 ateliers au cours de la formation.

<b>Approfondissement de l'option B : Communication et médias numériques</b>	<b>Ouverture à l'option A : Communication et médias imprimés</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Programmation.</li><li>- Interface.</li><li>- Typographie à l'écran.</li><li>- Prise de son et sonorisation.</li><li>- Photographie (prise de vue).</li><li>- Photographie (postproduction).</li><li>- Image de synthèse 3D.</li><li>- Vidéo (effets spéciaux).</li><li>- Vidéo (plateau de tournage).</li><li>- etc.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Édition imprimée.</li><li>- Scénographie et expression scénique.</li><li>- Signalétique.</li><li>- etc.</li></ul>

## S. 8. CULTURE DE LA COMMUNICATION

### Définition

Ce cours constitue une part essentielle de la culture spécifique du design graphique, il a pour objet de donner, un ensemble de moyens théoriques et pratiques permettant :

- de comprendre les enjeux stratégiques, fonctionnels, formels et sémantiques des projets de design graphique ;
- d'être concrètement opérationnel à travers une méthode raisonnée et une créativité tant stimulée (techniques de créativité) que maîtrisée (distanciation critique).

### Objectifs

Proposer à partir des ressources théoriques, culturelles et professionnelles :

- une approche analytique du design graphique ;
- un appui méthodologique à la distanciation critique ;
- un appui méthodologique à la créativité.

### Compétences

- C.2.2. Déterminer les critères de conception.
- C.5.b. Vérifier la pertinence et estimer la cohérence.
- C.6.a. Maîtriser le vocabulaire spécifique.

SAVOIRS ASSOCIES	NIVEAUX D'EXIGENCE
<p>DECOUVERTE DU DESIGN GRAPHIQUE Domaines d'activité, professions, structures professionnelles, filières et formations.</p> <p>SCIENCES DE LA COMMUNICATION Points et repères des théories et modèles (communication interpersonnelle, groupe et organisation, médias et information, nouvelles technologies, etc.).</p> <p>APPROCHE DU SIGNE ET DU SENS Points de repères de sémiologie : - sémiotique (notion de signe, éléments de sémiotique visuelle, éléments de sémiotique des médias), - applications, analyse et méthode, etc.</p> <p>STRATEGIE ET COMMUNICATION Notions de stratégie de communication (démarche, organisation, contexte, méthodes, acteurs, publics, etc.).</p> <p>PRATIQUES PROFESSIONNELLES Vocabulaire professionnel, finalités et contexte, démarches et méthodes, techniques et supports, techniques de créativité, études de cas, selon les champs d'intervention : - design de message, - design d'identité, - design d'édition.</p>	<p>Le domaine d'activité est perçu dans sa globalité, les spécificités propres à chacun des champs disciplinaires sont différenciées et le vocabulaire spécifique est maîtrisé.</p> <p>Les différentes structures professionnelles sont identifiées.</p> <p>Les rôles des différents intervenants sont distingués permettant de situer leurs contributions respectives.</p> <p>Les repères théoriques permettent d'engager une réflexion de pertinence en phase de recherche d'hypothèses comme d'analyse de référents visuels.</p> <p>Les méthodes, terminologies, outils d'analyse permettent de coder ou décoder un message de communication et d'en évaluer la pertinence conceptuelle.</p> <p>Les enjeux de communication et les stratégies mises en œuvre sont décryptés.</p> <p>Le vocabulaire spécifique est maîtrisé, il peut être réinvesti dans l'analyse écrite ou orale.</p>

## S. 9. CULTURE DESIGN GRAPHIQUE

### Définition

Le cours de culture design graphique est un enseignement à caractère théorique et réflexif contribuant à développer la connaissance et la réflexion critique de l'étudiant sur le champ et la portée du design graphique et sur l'ensemble des facteurs qui l'ont façonné au cours du temps : esthétique, culturel, historique, technique, etc.

Cette mise en évidence des facteurs concourant à son évolution ne vise pas à le circonscrire mais bien plutôt à le saisir dans ses relations aux autres champs (arts plastiques, design, médias, etc.) afin de construire un champ référentiel et de développer chez l'étudiant une attitude de curiosité et d'ouverture au delà des limites de sa spécialité.

### Objectifs

Comprendre les interactions majeures entre technique et culture et les situer dans le temps :

- en développant une appropriation réfléchie et critique des évolutions du design graphique ;
- en développant une culture personnelle et sensible.

### Compétence

C.6.1. Mobiliser le vocabulaire et la culture spécifique.

SAVOIRS ASSOCIES	NIVEAUX D'EXIGENCE
<p>Les thèmes présentés ci-dessous constituent des propositions d'entrées possibles destinées à favoriser l'appréhension des différents facteurs liés aux domaines :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- de l'histoire des techniques,</li><li>- des sciences humaines,</li><li>- du champ artistique et esthétique,</li><li>- des champs connexes au design graphique.</li></ul> <p>THEMES</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Écritures, naissance et origines.</li><li>- Art et pouvoir.</li><li>- Apologie de la forme.</li><li>- Matériaux de la mémoire.</li><li>- Modernité et révolution.</li><li>- Ressources de l'inconscient.</li><li>- Subversion et répression.</li><li>- Histoire(s) des médias.</li><li>- Révolution technologique et simulacres.</li></ul>	<p>Un cadre chronologique rigoureux est exposé, mis en place pour permettre de situer et d'articuler les créations et faits majeurs de civilisation dans le temps et l'espace quels que soient les domaines abordés.</p> <p>Les origines et facteurs influents (historique, culturel, technique, économique, etc.) de l'évolution du design graphique sont repérés.</p> <p>Les méthodes d'analyse des productions/œuvres permettent de les situer dans leur contexte artistique et culturel.</p> <p>Le vocabulaire est précis et rigoureux, l'expression à l'écrit comme à l'oral est claire et argumentée.</p> <p>La démarche de recherche documentaire est maîtrisée et rigoureuse.</p> <p>Les références et l'argumentation nécessaires sont utilisées pour effectuer une analyse approfondie.</p> <p>Une problématique et un point de vue personnel s'affirment soutenus par une qualité d'argumentation.</p>

## S. 10. CULTURE TYPOGRAPHIQUE

### Définition

Ce cours replace la typographie en amont dans la démarche de conception propre aux médias de la communication visuelle, de la page imprimée et de l'écran. Il tient à mettre en évidence le pourquoi mais aussi le comment de la structure typographique, réaffirmant les enjeux de son emploi et sa place déterminante dans la création graphique.

Ce cours :

- confronte les étudiants à l'Histoire, à la théorie et aux idées ;
- interroge le langage de la typographie, non réductible aux mutations historiques, et ses relations au langage ;
- guide le futur designer dans l'engagement sur le sens, vis-à-vis du texte, que l'acte de typographe implique ;
- fournit les notions nécessaires à l'utilisation pertinente de cet outil.

### Objectifs

Construire une compréhension et une réflexion critique sur le rôle de la typographie et des enjeux de son emploi dans la communication graphique au regard des aspects culturels et techniques :

- en développant une connaissance chronologique et thématique, une culture visuelle, littéraire et technique ;
- en privilégiant une démarche réflexive et critique ;
- en mettant en tension typographie et société ;
- en faisant acquérir le vocabulaire spécifique au contenu disciplinaire ;
- en manipulant la typographie afin de questionner l'engagement du designer et de mettre en pratique les notions théoriques abordées par des exercices spécifiques.

Si l'enseignement de la culture typographique s'acquiert constamment par l'acquisition de connaissances fines et structurées, issues de l'histoire. Sa spécificité est d'établir des passerelles, des liens entre passé et présent pour permettre la mise en place d'un regard critique et distancié sur la création contemporaine.

Sa vocation est d'instaurer une dialectique, un rapprochement constant entre histoire de la typographie et création contemporaine. D'où la nécessité d'aborder cet enseignement par des approches croisées et transversales autour de la culture et des enjeux contemporains.

### Compétence

C.6.a. Mobiliser le vocabulaire et la culture spécifiques

SAVOIRS ASSOCIES	NIVEAUX D'EXIGENCE
<p>Les thèmes présentés ci-dessous constituent des propositions d'entrées possibles destinées à favoriser l'appréhension des différents facteurs liés aux domaines dans les espaces tant macro-typographiques que micro-typographiques :</p> <p>RAPPORT LANGAGE / SENS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La lecture (apprentissage, mécanisme, enjeux),</li> <li>- le lecteur ;</li> <li>- le discours, l'intertextualité, la métatextualité ;</li> <li>- langage du signe / langage typographique ;</li> <li>- signification et énonciation ;</li> <li>- globalisation et typographie ;</li> <li>- texte et structure : espace 2D, espace 3D ;</li> <li>- etc.</li> </ul> <p>RAPPORT CODE / « MODES »</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les goûts, les modes / les conventions ;</li> <li>- les codes typographiques, orthotypographiques ;</li> <li>- les règles ;</li> <li>- etc.</li> </ul> <p>RAPPORT FORME / SENS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Matière physique de l'écriture / matière physique de la pensée ;</li> <li>- contenu linguistique et signe plastique ;</li> <li>- typographie et connotations ;</li> <li>- typographie et perception ;</li> <li>- épure et ornement ;</li> <li>- utile et futile ;</li> <li>- typographie et postmodernité ;</li> <li>- expérimentation et avant-garde ;</li> <li>- design et typographie.</li> </ul> <p>RAPPORT FORME / TECHNIQUE, TECHNOLOGIE</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Artisanat et industrie ;</li> <li>- technique et innovation ;</li> <li>- enjeux et contraintes ;</li> <li>- matériel et immatériel ;</li> <li>- Unicode, Opentype ;</li> <li>- etc.</li> </ul>	<p>Les différentes approches historiques, esthétiques, et techniques sont convoquées dans l'analyse de productions comme dans la mise en pratique pour éclairer des choix de mise en relation d'un concept et d'un contenu.</p> <p>Les notions de base des codes et classifications sont connus, convoqués dans l'analyse et la démarche, et appliqués de manière discriminante dans la pratique.</p> <p>Une hiérarchie typographique efficiente, eu égard à la nature d'un contenu textuel donné, est mise en place.</p> <p>Chaque opération est bien située, son déroulement et ses enjeux notamment techniques sont maîtrisés et peuvent être relatés, expliqués.</p> <p>Les enjeux techniques et sémantiques sont cernés et convoqués dans des démarches d'analyse et d'exploration.</p> <p>Le vocabulaire est maîtrisé et mobilisé avec pertinence.</p>

## S. 11. DESSIN D'INTENTION

### Définition

Ce cours est le lieu du développement des savoir-faire graphiques de représentation, de signification et de description en vue de favoriser l'émergence d'une pensée par la forme.

Il doit permettre à l'étudiant de matérialiser par le dessin :

- des idées et des concepts ;
- des réalités observées et retranscrites dans des langages et écritures singulières, appropriées au contexte de chaque demande.

### Objectifs

Inciter au plaisir d'une pratique régulière du dessin visant à :

- la perception et l'observation d'une réalité sensible dans sa complexité (forme, matière, lumière, couleur, etc.) ;
- la connaissance des différents modes de traduction et de restitution graphique du réel ;
- l'acquisition d'une sensibilité, d'une maîtrise des moyens graphiques et d'une écriture singulière au service d'une pensée visuelle ;
- l'émergence d'une écriture efficace et réactive.

### Compétence

C.6.a. Mobiliser le vocabulaire et la culture spécifiques.

SAVOIRS ASSOCIES	NIVEAUX D'EXIGENCE
REPRESENTATION SENSIBLE Traduction synthétique des formes observées, de la lumière, de l'ombre, du son, du temps, de l'espace...	La précision d'observation et la rapidité de notation sont acquises.
REPRESENTATION CODIFIEE Traduction liée à l'espace, au temps, au mouvement et à leur séquençage	Les conditions de perception visuelles et sensibles sont traduites par des choix graphiques appropriés.
DESSIN D'INTENTIONS - développement de la mémoire visuelle ; - élaboration mentale d'images ; - traduction d'intentions.	La traduction de formes, de situations ou de scènes fictives est résolue (transcodage).  Les codes de représentations sont acquis et mobilisés à bon escient.
VEILLE CULTURELLE Convocation des pratiques contemporaines du dessin.	Un répertoire d'images mentales, riche, diversifié, singulier est observable par des modes de représentation variés.  Des outils et des moyens, mis en œuvre dans la continuité, assurent la qualité graphique d'une écriture singulière, diversifiée et contemporaine.

## S. 12. PRATIQUE PLASTIQUE

### Définition

Ce cours est le lieu du développement d'une sensibilité et une maîtrise des moyens plastiques et de s'approprier leurs dimensions sensibles, expressives et sémiotiques par l'expérimentation, le questionnement et le recul analytique. Il contribue à l'émergence d'une écriture singulière et contemporaine.

### Objectifs

Engager l'étudiant dans des pratiques diverses et complémentaires :

- en menant une exploration plastique (questionner, mettre en crise, décomposer, déconstruire, fouiller, désarticuler, prolonger, combiner etc.) ;
- en affirmant ses intentions, sélectionnant ses outils, définissant ses méthodes pour singulariser ses réponses ;
- en choisissant, détournant ou fabriquant ses documents, ses supports, ses outils, ses médiums et matériaux ;
- en maintenant une distance critique et réflexive sur ses intentions, ses expérimentations, sa documentation, ses réponses ;
- en apprenant à discerner, détourner et pratiquer des transferts ;
- en permettant d'éventuels réinvestissements de ces moyens plastiques dans la pratique du projet.

Il s'agit autant de former un futur professionnel que de l'amener à mettre à jour ce qui fera son identité.

### Compétence

C.6.a. Mobiliser le vocabulaire et la culture spécifiques.

SAVOIRS ASSOCIES	NIVEAUX D'EXIGENCE
<p>ANALYSE ET SYNTHESE :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- rhétorique plastique ;</li><li>- rhétorique iconique.</li></ul>	<p>La distinction théorique entre signes plastiques et signes iconiques est assimilée. Les choix plastiques mis en œuvre ou étudiés sont justifiés au plan sémantique.</p>
<p>TECHNIQUES D'EXPLORATION ET D'EXPERIMENTATION</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- outils ;</li><li>- supports ;</li><li>- action, interaction ;</li><li>- etc.</li></ul>	<p>Les techniques de créativité sont différenciées, expérimentées et maîtrisées.</p>
<p>Recul critique et appropriation</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Codes culturels.</li></ul>	<p>Les différentes phases de la conduite d'un projet plastique sont repérées et validées</p>
<p>VEILLE CULTURELLE</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- ouverture sur les différents domaines de la création contemporaine ;</li><li>- convocation des pratiques contemporaines des arts plastiques.</li></ul>	<p>Les interrelations possibles entre projet design et projet plastique sont perçues.</p> <p>La pratique et la démarche se situent dans le champ contemporain, les arguments avancés fondent les choix de plasticien.</p> <p>Les références et les expérimentations sont regroupées, sélectionnées, analysées et permettent d'approfondir le questionnement.</p>

## S. 13.A. TECHNOLOGIE DE LA CREATION OPTION COMMUNICATION & MEDIAS IMPRIMES

### Définition

Ce cours est une approche de la technologie au service de la créativité stimulée par la maîtrise des outils de conception et de réalisation. La complexité et la diversité des techniques et technologies mises en œuvre dans la réalisation d'une communication imprimée mènent à deux contenus de cours différents selon les postures de conception ou de réalisation.

#### Dans une posture de création/conception

La technologie a pour objet la recherche, la mise au point et l'acquisition de pratiques nécessaires pour le designer graphique (dans ce contexte les exigences techniques sont réduites) :

- à l'exploration d'hypothèses (activité de divergence) ;
- à la définition des enjeux d'une solution (activité de convergence).

#### Dans une posture de réalisation

La technologie a pour objet la recherche, la mise au point et l'acquisition de pratiques nécessaires à l'activité de réalisation pour le designer graphique :

- au développement d'une solution ;
- à la mise au point d'une solution ;
- à une démarche d'intégration.

### Objectifs

Développer une connaissance et une pratique d'un possible au service de la création/conception et de la réalisation permettant une mobilisation :

- des potentialités et savoirs technologiques ;
- des potentialités et savoirs techniques ;
- des outils professionnels, matériels et logiciels ;
- des ressources documentaires ;
- des savoirs culturels.

L'enjeu de ce cours est d'articuler efficacement la création d'un prototype et sa prise en charge par d'autres prestataires dont le rôle et l'action sont étudiés dans le cours de technologie de production.

### Compétences

- C.3.1. Concevoir des hypothèses de réponse.
- C.4.1. Définir les enjeux du développement pour le projet.
- C.4.2. Conduire une recherche de mise au point.
- C.6.a. Mobiliser le vocabulaire et la culture spécifique.

SAVOIRS ASSOCIES	NIVEAUX D'EXIGENCE
<p>POSTURE DE CONCEPTION :</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. La création d'images par capture du réel ou transcription d'une intention.</li><li>2. Les aspects du texte jusqu'à l'hypertexte.</li><li>3. La création d'animations linéaires.</li><li>4. Les échanges entre les applications et multiplexage.</li></ol> <p>POSTURE DE REALISATION :</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. La préparation des images pour les supports imprimés et numériques.</li><li>2. La gestion du texte de grande quantité.</li><li>3. La présentation de projet fixe et animée à ces acteurs.</li><li>4. L'exportation de fichiers-prototypes.</li></ol>	<p>Les pratiques de base mettant en jeu les savoirs nécessaires aux opérations de création, sont maîtrisées (matériels et logiciels).</p> <p>Les outils sont manipulés de manière complémentaire pour leurs qualités d'interopérabilité et de compatibilité.</p> <p>Les contraintes et les limites des outils sont connues.</p> <p>Les pratiques sont questionnées dans un souci d'exigence (au regard de ce qui est réalisable avec ce matériel) et peuvent être sciemment remises en cause pour une exploitation créative et efficiente.</p> <p>Le « fichier prototype » élaboré répond aux critères de conformité exigés par la production.</p>



## S. 13.B. TECHNOLOGIE DE LA CREATION OPTION COMMUNICATION & MEDIAS NUMERIQUES

### Définition

Ce cours est une approche de la technologie au service de la créativité : il a pour objet la recherche, la mise au point et l'acquisition de pratiques nécessaires pour le designer graphique :

- à la recherche d'hypothèses (activité de divergence) ;
- et au développement d'une solution (activité de convergence).

### Objectifs

Développer une connaissance et une pratique d'un possible au service de la conception permettant une mobilisation :

- des potentialités et savoirs technologiques ;
- des potentialités et savoir techniques ;
- des outils professionnels, matériels et logiciels ;
- des ressources documentaires.

### Compétences

- C.3.1. Concevoir des hypothèses de réponse.
- C.4.1. Définir les enjeux du développement pour le projet.
- C.4.2. Conduire une recherche de mise au point.
- C.6.a. Mobiliser le vocabulaire et la culture spécifique.

SAVOIRS ASSOCIES	NIVEAUX D'EXIGENCE
CREATION D'IMAGES : - par tracés et par traitements, - par capture du réel, - par calcul.	Les pratiques de base mettant en jeu les savoirs nécessaires aux opérations de création sont maîtrisées (matériels et logiciels).
CREATION D'ANIMATIONS LINEAIRES	Les outils sont manipulés de manière complémentaire pour leurs qualités d'interopérabilité et de compatibilité.
MISE EN ŒUVRE DU TEXTE	Limites des outils et remise en cause des pratiques.
MISE EN ŒUVRE DU SON	Les contraintes et les limites des outils peuvent être sciemment remises en cause pour une exploitation créative.
MISE EN ŒUVRE DE L'INTERACTIVITE	
MULTIPLICATION DES SOURCES	
VEILLE TECHNOLOGIQUE	

## S. 14.A. TECHNOLOGIE DE PRODUCTION OPTION COMMUNICATION & MEDIAS IMPRIMES

### Définition

Ce cours est une approche de la production de fichiers comme produits reproductibles à partir d'un « fichier prototype » et a pour objet l'acquisition de connaissances techniques et technologiques par le designer graphique, nécessaires :

- à la transformation d'un produit numérique en produit imprimé ;
- et à la collaboration entre les différents intervenants professionnels du projet.

### Objectifs

Développer une connaissance questionnée et rigoureuse des moyens technologiques et techniques visant à opérer des choix appropriés dans la conception de projet :

- à l'usage ;
- à l'élaboration, à la fabrication, à la finition, au transport, à la diffusion ;
- à l'actualisation des données.

### Compétences

C.4.3. Conduire une démarche d'intégration.

C.5.a. Vérifier la présence et la conformité.

C.6.a. Maîtriser le vocabulaire spécifique.

SAVOIRS ASSOCIES	NIVEAUX D'EXIGENCE
<p>LES SUPPORTS DE DIFFUSION :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les papiers (caractéristiques, formats, mise en œuvre) ;</li> <li>- autres matériaux supports (caractéristiques, formats, mise en œuvre) ;</li> <li>- les écrans, la vidéoprojection.</li> </ul> <p>LES PROCÉDES D'IMPRESSION :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- procédés artisanaux (plat, relief, creux) ;</li> <li>- procédés industriels (plat, relief, creux, numérique) ;</li> <li>- les critères de choix de procédés ;</li> <li>- les encres.</li> </ul> <p>LES TECHNIQUES DE FINITION :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- artisanales ;</li> <li>- Industrielles.</li> </ul> <p>LE TOUT NUMERIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- CF, CTP, WTP.</li> </ul> <p>LES ECHANGES AVEC LES EQUIPES TECHNIQUES :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- utilisation d'un serveur ;</li> <li>- Utilisation d'une base de données ;</li> <li>- Élaboration d'une demande de devis ;</li> <li>- Compréhension et évaluation du devis fourni.</li> </ul> <p>LES PRATIQUES DE DEVELOPPEMENT SOUTENABLE :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Écologie du projet de graphisme sur média imprimé.</li> </ul>	<p>Les différentes étapes de la chaîne graphique peuvent être clairement expliqués et convoqués avec pertinence aux différents temps du projet.</p> <p>La connaissance des différents aspects de la chaîne graphique doit permettre un dialogue en toute intelligence avec le prestataire pour la commande et le suivi du travail.</p> <p>Les procédés de diffusion, d'impressions et de finition sont questionnés avec pertinence selon les supports et les produits à concevoir.</p> <p>Les coûts de fabrication sont compris et pris en compte à différents temps du projet.</p> <p>La demande de devis est élaborée.</p> <p>Le devis est évalué.</p> <p>Les pratiques de développement durables sont questionnées et convoquées ou non selon leur pertinence à chaque étape du projet.</p>

## S. 14.B. TECHNOLOGIE DE PRODUCTION OPTION COMMUNICATION & MEDIAS NUMERIQUES

### Définition

Ce cours est une approche de la technologie par l'efficacité. Il a pour objet la recherche, la mise au point et l'acquisition de pratiques nécessaires pour le designer graphique :

- à l'intégration, la réalisation et la production d'un objet numérique
- à la collaboration entre les différents intervenants professionnels du projet.

### Objectifs

Développer une pratique questionnée des moyens technologiques, techniques visant à opérer des choix appropriés :

- à la fonction et à l'usage ;
- à la capture, au traitement ;
- à l'enregistrement, au stockage ;
- à l'élaboration, la fabrication ;
- au transport, à la diffusion ;
- à l'actualisation ;
- à la communication, à l'échange.

### Compétences

C.4.3. Conduire une démarche d'intégration

C.5.a. Vérifier la présence et la conformité

C.6.a. Mobiliser le vocabulaire et la culture spécifique

SAVOIRS ASSOCIES	NIVEAUX D'EXIGENCE
<p>LES MEDIAS :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Internet, télévision, objets connectés ;</li> <li>- caractéristiques et spécificités ;</li> <li>- conditions d'utilisation et de consultation ;</li> <li>- protocoles, réglementations ;</li> <li>- outils d'analyse et de contrôle.</li> </ul> <p>LES SUPPORTS DE DIFFUSION :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- linéaires, interactifs ;</li> <li>- spécificités et contraintes.</li> </ul> <p>LA NATURE DES DONNEES :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- acquisition, capture, création ;</li> <li>- vectorielle, matricielle, vidéo, etc. ;</li> <li>- caractéristiques, structures, paramètres natifs.</li> </ul> <p>LES TRAITEMENTS DES DONNEES :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- gestion de la couleur et de la lumière ;</li> <li>- gestion du texte à l'écran ;</li> <li>- gestion des effets ;</li> <li>- gestion du texte balisé et de programmation ;</li> <li>- intégration des contenus.</li> </ul> <p>LES FORMATS DE DONNEES</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- formats de stockage ;</li> <li>- formats d'enregistrement et de compression ;</li> <li>- formats de transports (liaison, diffusion, streaming, téléchargement, etc.).</li> </ul> <p>LES FICHIERS DE DONNEES</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- organisation et gestion des fichiers ;</li> <li>- versions et sauvegardes.</li> </ul> <p>VEILLE TECHNOLOGIQUE</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ouverture sur les nouvelles pratiques technologiques.</li> </ul>	<p>Les pratiques de base, mettant en jeu les savoirs nécessaires aux opérations de production, sont maîtrisées.</p> <p>Les pratiques singulières aux cas d'étude sont connues.</p> <p>Les choix technologiques et techniques sont pertinents et justifiés.</p>

**TABLEAU GENERAL DES RELATIONS ENTRE COMPETENCES ET SAVOIRS TECHNOLOGIQUES ASSOCIES**

	<b>C.1. Faire émerger l'objet réel de la demande</b>				<b>C.2. Problématiser l'objet de la commande</b>				<b>C.3. Diverger</b>				<b>C.4. Converger</b>				<b>C.5. Évaluer</b>				<b>C.6. Communiquer</b>			
	C.1.1. Traiter les informations initiales de la demande				C.2.1. Déterminer les critères stratégiques de la commande				C.3.1. Convoquer et mettre en jeu ses ressources				C.4.1. Définir les enjeux du développement pour le projet				C.5.a. Vérifier la présence et la conformité				C.6.a. Mobiliser le vocabulaire et la culture spécifiques			
	C.1.2. Déterminer les critères de conception				C.2.2. Déterminer les critères de conception				C.3.2. Concevoir des hypothèses de réponse				C.4.2. Conduire une recherche de mise au point				C.5.b. Vérifier la cohérence et estimer la pertinence				C.6.b. Échanger de manière adaptée selon l'interlocuteur			
	C.1.3. Conduire une démarche d'intégration				C.2.2. Déterminer les critères de conception				C.3.2. Concevoir des hypothèses de réponse				C.4.3. Conduire une démarche d'intégration				C.5.c. Vérifier et estimer les données économiques				C.6.c. Échanger dans une langue étrangère			
	C.1.3. Conduire une démarche d'intégration				C.2.2. Déterminer les critères de conception				C.3.2. Concevoir des hypothèses de réponse				C.4.3. Conduire une démarche d'intégration				C.5.c. Vérifier et estimer les données économiques				C.6.d. Maîtriser la communication du projet			
S. 1. Culture générale et expression																								
S. 2. Économie et gestion																								
S. 3. Langue vivante étrangère																								
S. 4. Philosophie																								
S. 5. Sciences physiques																								
S. 6. Studio de création																								
S. 7. Ateliers																								
S. 8. Culture de la communication																								
S. 9. Culture du design graphique																								
S. 10. Culture typographique																								
S. 11. : Dessin d'intentions																								
S. 12. Pratique plastique et graphique																								
S. 13. Technologies de création																								
S. 14. Technologies de production																								

## Annexe 2

## STAGES EN MILIEU PROFESSIONNEL OPTION COMMUNICATION ET MÉDIAS IMPRIMÉS OPTION COMMUNICATION ET MÉDIAS NUMÉRIQUES

### Définition

Les stages en entreprise sont obligatoires. Ils sont organisés avec le concours des milieux professionnels pour les étudiants et sont destinés à acquérir les compétences difficiles à développer en centre de formation.

Ils sont de fait, l'occasion d'une découverte et d'une première intégration dans la réalité professionnelle du design graphique (voir le référentiel d'activités professionnelles).

### OPTION COMMUNICATION ET MÉDIAS IMPRIMÉS

#### STAGE A

Il correspond à une prise de connaissance des différentes étapes de production et des procédés de fabrication (1 semaine d'observation, en début de formation dans une imprimerie, par exemple).

#### STAGE B

Il permet une information générale sur les différents domaines professionnels qui constituent le design graphique : agences de communication, studios ou ateliers de design graphique, dans les services de communication intégrés qui conçoivent des produits imprimés (4 à 6 semaines, d'observation et de participation au sein de la structure professionnelle, à partir du mois de mai de la première année de formation).

### OPTION COMMUNICATION ET MÉDIAS NUMÉRIQUES

#### STAGE A

Il correspond à une prise de connaissance des différentes étapes de production et des procédés de réalisation (1 semaine d'observation, en début de formation dans une entreprise de « web design », par exemple).

#### STAGE B

Il permet une information générale sur les différents domaines professionnels qui constituent le design graphique : agences de communication, studios ou ateliers de design graphique, dans les services de communication intégrés qui conçoivent des produits à diffusion numérique (4 à 6 semaines, d'observation et de participation au sein de la structure professionnelle, à partir du mois de mai de la première année de formation).

### Objectifs

Les enseignements de la formation croisés avec les réalités vécues en milieu professionnel doivent permettre à l'étudiant de s'initier à son futur métier, de commencer à tisser un réseau relationnel propice à son lancement dans la vie professionnelle ou à sa poursuite d'études :

- en contextualisant sa formation, sa connaissance du milieu professionnel et des problèmes liés à l'exercice du métier de designer graphique ;
- en prenant contact avec la réalité professionnelle (réalité et structures, conventions et usages), appréhender l'environnement social, les réalités de gestion et de législation ;
- en s'initiant aux fonctionnements d'une entreprise : méthodes et organisation du travail (hiérarchie verticale et horizontale, mode de fonctionnement, travail individuel, travail d'équipe, niveau de responsabilité) ;
- en connaissant et participant aux différentes phases et articulations de la conception et de la mise en œuvre d'un projet.

### Compétences

L'ensemble des compétences abordées dans le cadre pédagogique de la formation sont engagées dans un cadre professionnel.

### Organisation pédagogique

#### 1. RECHERCHE DE STAGE

La recherche du lieu de stage incombe aux étudiants qui en cas de difficulté demanderont de l'aide à l'équipe pédagogique. Les étudiants seront informés des aides accordées pour les stages à l'étranger.

L'étudiant choisit le domaine dans lequel il veut réaliser son stage après avoir justifié ses motivations auprès de l'équipe pédagogique et en liaison avec la structure d'organisation des stages.

#### 2. PROGRAMMATION

Les périodes de stage sont placées sous la responsabilité de l'établissement et de l'équipe pédagogique ; celle-ci est responsable de leur mise en place, de leur suivi et de leur exploitation.

Au cours du stage, les étudiants sont suivis et visités par les professeurs de la section qui réserveront leurs horaires d'enseignement à cet effet.

### 3. PREPARATION

Une annexe pédagogique est jointe à la convention de stage. Elle est rédigée conjointement par l'équipe pédagogique et la structure d'organisation des stages de l'établissement. Elle définit ainsi le cadre qui garantit :

- le choix d'une structure capable d'assurer l'accueil et le suivi du stagiaire tels qu'ils sont définis dans la convention de stage ;
- la collaboration de formation entre l'établissement scolaire et l'entreprise par l'intermédiaire d'un tuteur identifié.

Cette annexe informe l'entreprise des acquis de la première année et des attendus de la deuxième. Il s'agit donc de préciser les choix pédagogiques faits par l'équipe.

### 4. RESTITUTION

Après le stage B et sous la tutelle de l'équipe, l'étudiant rédige et remet un rapport de stage qu'il présente oralement, pour l'unité U.6.3 Dossier professionnel.

Ce rapport, compte rendu d'expérience écrit et visuel, consiste en un document de synthèse d'une dizaine de pages (hors annexes éventuelles) présentant l'entreprise d'accueil, le déroulement du stage, la mission du stage, les activités conduites en mettant évidence les réflexions et les conclusions suscitées par l'expérience (dans le respect de la confidentialité des activités de l'entreprise).

## Modalités

### 1. REGLEMENTATION

Chaque période de stage en entreprise fait l'objet d'une convention entre l'établissement fréquenté par l'étudiant et la ou les entreprise(s) d'accueil. La convention est établie conformément aux dispositions du décret n° 2006-1093 du 29 août 2006 pris pour l'application de l'article 9 de la loi n°2006-396 du 31 mars 2006 pour l'égalité des chances.

Toutefois, cette convention pourra être adaptée pour tenir compte des contraintes imposées par la législation du pays d'accueil.

Pendant le stage en entreprise, l'étudiant a obligatoirement la qualité d'étudiant stagiaire et non de salarié.

La convention de stage doit notamment préciser :

- les modalités de couverture en matière d'accident du travail et de responsabilité civile ;
- les objectifs et les modalités de formation (durée, calendrier) ;
- les modalités de suivi du stagiaire par les professeurs de l'équipe pédagogique responsable de la formation et l'étudiant.

### 2. STATUT

Pendant le stage, l'étudiant a obligatoirement la qualité d'étudiant stagiaire et non de salarié.

### 3. JUSTIFICATIFS

#### 3.1 Voie de la formation initiale sous statut scolaire

En fin de stage, un certificat attestant la présence de l'étudiant lui est remis par le responsable de l'entreprise ou son représentant. Les copies des certificats des stages A et B sont exigées au moment de l'inscription à l'examen.

Les originaux de ces certificats seront exigés au moment de l'épreuve ponctuelle « E.6.3. Dossier professionnel ». Leur absence annule l'ensemble de l'épreuve.

Un candidat qui, pour une raison de force majeure dûment constatée, n'aurait effectué qu'une partie du stage obligatoire, pourra être autorisé par le recteur à se présenter à l'épreuve, le jury étant tenu informé de la situation.

Le stage est obligatoire pour les étudiants relevant d'une préparation par la voie scolaire, la voie de l'apprentissage ou celle de la formation continue.

Ce stage, organisé avec le concours des milieux professionnels, est placé sous le contrôle des autorités académiques dont relève l'étudiant et, le cas échéant, des services culturels français du pays d'accueil pour un stage à l'étranger ; il est effectué obligatoirement dans une ou plusieurs entreprises, publiques ou privées, françaises ou étrangères, dans une administration ou une collectivité locale françaises.

#### 3.2 Voie de l'apprentissage

Pour les apprentis, les certificats de stage sont remplacés par la photocopie du contrat de travail ou par une attestation de l'employeur confirmant le statut du candidat comme apprenti dans son entreprise.

Les objectifs de l'unité U.6.3 sont les mêmes que ceux des candidats de la voie scolaire.

### 3.3 Voie de la formation continue

Les candidats qui se préparent au brevet de technicien supérieur Design graphique par la voie de la formation continue rédigent un rapport sur leurs activités professionnelles dans le même esprit que le rapport de stage.

#### *Candidats en situation de première formation ou en situation de reconversion*

La durée de stage est de 4 à 6 semaines. Elle s'ajoute à la durée de formation dispensée dans le centre de formation continue en application de l'article 11 du décret n°95-665 du 9 mai 1995 modifié portant règlement général du brevet de technicien supérieur.

L'organisme de formation peut concourir à la recherche de l'entreprise d'accueil. Le stagiaire peut avoir la qualité de salarié d'un autre secteur professionnel.

Lorsque cette préparation s'effectue dans le cadre d'un contrat de travail de type particulier, le stage obligatoire est inclus dans la période de formation dispensée en milieu professionnel si les activités effectuées sont en cohérence avec les exigences du référentiel du brevet de technicien supérieur Design graphique et conformes aux objectifs définis ci-dessus.

#### *Candidats en situation de perfectionnement*

Le certificat de stage peut être remplacé par un ou plusieurs certificats de travail attestant que l'intéressé a été occupé dans le domaine de la production de produits bois en qualité de salarié à temps plein pendant six mois au cours de l'année précédant l'examen ou à temps partiel pendant un an au cours des deux années précédant l'examen. Les activités effectuées doivent être en cohérence avec les exigences du référentiel du BTS Design graphique.

Les candidats rédigent un rapport et un dossier sur leurs activités professionnelles dans le même esprit que le rapport de stage.

#### *Candidats en formation à distance*

Les candidats relèvent, selon leur statut (scolaire, apprenti, formation continue), de l'un des cas précédents.

#### *Candidats qui se présentent au titre de leur expérience professionnelle*

Le certificat de stage peut être remplacé par un ou plusieurs certificats de travail justifiant la nature et la durée de l'emploi occupé. Ces candidats rédigent un rapport sur leurs activités professionnelles dans le même esprit que le rapport de stage.

#### *Candidats scolaires ayant échoué à une session antérieure de l'examen*

Les candidats ayant échoué à une session antérieure de l'examen ont le choix entre présenter le précédent rapport de stage, le modifier ou en élaborer un autre après avoir effectué la ou les périodes de stage correspondantes.

Les candidats apprentis redoublants peuvent présenter à la session suivant celle au cours de laquelle ils n'ont pas été admis :

- soit leur contrat d'apprentissage initial prorogé d'un an ;
- soit un nouveau contrat conclu avec un autre employeur (en application des dispositions de l'article L6222-11 du code du travail).



## Annexe 3

## GRILLE HORAIRE HEBDOMADAIRE

Formation initiale sous statut scolaire

	BTS 1	BTS 2	Total horaire sur les deux ans calculé sur la base de 30 semaines par an (à titre indicatif)
<b>ENSEIGNEMENTS OBLIGATOIRES</b>			
<b>ENSEIGNEMENT GENERAL</b>			
Culture générale et expression	2	2	120
Philosophie	0	2*	60
Langue vivante étrangère 1	1 + (1a)	1 + (1a)	120
Sciences physiques	1	1	60
Économie-gestion	2	1**	90
<b>ENSEIGNEMENT ARTISTIQUE</b>			
Culture du design graphique	3	3	180
Culture typographique	1	1	60
Pratique plastique et graphique	1 + (1a)	1 + (1a)	120
Dessin analytique	2	2	120
<b>ENSEIGNEMENT PROFESSIONNEL</b>			
Technologie de réalisation	1 + (2b)	1 + (2b)	180
Technologie de fabrication	1	1	60
Culture de la communication	1	1	60
Studio de création	4 + (5a)	4*** + (6a)	570
Ateliers principaux	2 + (2a)	1 + (1a)	180
<b>ENSEIGNEMENTS FACULTATIFS</b>			
Langue vivante étrangère 2	1	1	60
Ateliers complémentaires	3	3	180
<b>TOTAL DES HEURES D'ENSEIGNEMENT</b>			
	Obligatoires	33	33
	Facultatives	4	4
			1950
			240

(a) Travaux dirigés.

(b) Travaux pratiques

\* En plus des deux heures de Philosophie en 2<sup>e</sup> année, une heure de Philosophie sera dispensée en co-intervention en Studio de création sur l'heure de classe entière.\*\* En plus de l'heure d'Economie-gestion en 2<sup>e</sup> année, une heure d'Economie-gestion sera dispensée en co-intervention en Studio de création sur l'heure de classe entière.

\*\*\* Dont deux heures en co-animation avec les professeurs de Philosophie et d'Economie-gestion.

## Annexe 4

## REGLEMENT ET GRILLE D'EXAMEN

		Voie scolaire dans un établissement public ou privé sous contrat, CFA ou section d'apprentissage habilité. Formation professionnelle continue dans les établissements publics habilités.			Formation professionnelle continue dans les établissements publics habilités.		Voie scolaire dans un établissement privé hors contrat, CFA ou section d'apprentissage non habilité. Formation professionnelle continue dans les établissements publics non habilités ou en établissement privé, enseignement à distance, candidats justifiant de 3 ans d'expérience professionnelle.		
ÉPREUVES	UNITÉS	COEF.	FORME	DURÉE	FORME	DURÉE	FORME	DURÉE	
E.1	Culture générale et expression écrite	U.1	3	Ponctuel Écrit	4 h 00	CCF 4 situations d'évaluation		Ponctuel Écrit	4 h 00
E.2	Langue vivante étrangère I	U.2	3	CCF 2 situations d'évaluation		CCF 2 situations d'évaluation		Ponctuel Oral	(a)
E.3	Culture design graphique et typographique	U.3	3	Ponctuel Écrit	3 h 00	CCF 2 situations d'évaluation		Ponctuel Écrit	3 h 00
E.4	Créativité réactive	U.4	3	Ponctuel Pratique	4 h 00	CCF 1 situation d'évaluation		Ponctuel Pratique	4 h 00
E.5	Recherche créative	U.5	3	CCF 2 situations d'évaluation		CCF 2 situations d'évaluation		Ponctuel Pratique	12 h
E.6	Épreuve professionnelle de synthèse		11						
	<i>Sous-épreuve :</i> Projet de synthèse - Dossier de projet - Oral de projet de synthèse	U.6.1	8	CCF 2 situations		Ponctuel Oral	0 h 15	Ponctuel Oral	0 h 15
	<i>Sous-épreuve :</i> Dossier professionnel	U.6.2	2	Ponctuel Oral	0 h 20	Ponctuel Oral	0 h 20	Ponctuel Oral	0 h 20
	<i>Sous-épreuve :</i> Rapport de stage ou d'activités professionnelles	U.6.3	1	Ponctuel Oral	0 h 15	Ponctuel Oral	0 h 15	Ponctuel Oral	0 h 15
E.F.1	Langue vivante 1	U.F. 1 (b) (c)	1	Ponctuel Oral	0 h 20	Ponctuel Oral	0 h 20	Ponctuel Oral	0 h 20

(a) 1<sup>re</sup> partie : Compréhension orale : 30 minutes sans préparation. 2<sup>e</sup> partie : Expression orale en continu et en interaction : 15 minutes assorties d'un temps de préparation de 30 minutes.

(b) La langue vivante étrangère facultative est différente de la langue vivante étrangère obligatoire.

(c) Précédée d'un temps égal de préparation.

## Annexe 5

## E. 1. CULTURE GENERALE ET EXPRESSION (U. 1)

COEFFICIENT 3

### Objectifs

L'objectif visé est de certifier l'aptitude des candidats à communiquer avec efficacité dans la vie courante et la vie professionnelle.

L'évaluation sert donc à vérifier les capacités du candidat à :

- tirer parti des documents lus dans l'année et de la réflexion menée en cours ;
- rendre compte d'une culture acquise en cours de formation ;
- apprécier un message ou une situation ;
- communiquer par écrit ou oralement ;
- appréhender un message ;
- réaliser un message.

(cf. annexe III de l'arrêté du 17 janvier 2005 – BO du 17 février 2005.)

### Formes de l'évaluation

#### 1 – Contrôle ponctuel

Épreuve écrite / durée 4 h

On propose trois à quatre documents de nature différente (textes littéraires, textes non littéraires, documents iconographiques, tableaux statistiques, etc.) choisis en référence à l'un des deux thèmes inscrits au programme de la deuxième année de STS. Chacun d'eux est daté et situé dans son contexte.

Première partie : synthèse (notée sur 40)

Le candidat rédige une synthèse objective en confrontant les documents fournis.

Deuxième partie : écriture personnelle (notée sur 20)

Le candidat répond de façon argumentée à une question relative aux documents proposés.

La question posée invite à confronter les documents proposés en synthèse et les études de documents menée dans l'année en cours de « culture générale et expression ».

La note globale est ramenée à une note sur 20 points.

(cf. annexe III de l'arrêté du 17 janvier 2005 – BO du 17 février 2005.)

#### 2 – Contrôle en cours de formation

L'unité de français est constituée de trois situations d'évaluation de poids identiques :

- deux situations relatives à l'évaluation de la capacité du candidat à appréhender et à réaliser un message écrit ;
- une situation relative à la capacité du candidat à communiquer oralement évaluée lors de la soutenance du rapport de stage.

#### Première situation d'évaluation (durée indicative : 2 heures)

Objectif général : évaluation de la capacité du candidat à appréhender et réaliser un message écrit.

Compétences à évaluer :

- respecter les contraintes de la langue écrite ;
- synthétiser des informations : fidélité à la signification des documents, exactitude et précision dans leur compréhension et leur mise en relation, pertinence des choix opérés en fonction du problème posé et de la problématique, cohérence de la production (classement et enchaînement des éléments, équilibre des parties, densité du propos, efficacité du message).

#### Exemple de situation :

Réalisation d'une synthèse de documents à partir de 2 à 3 documents de nature différente (textes littéraires, textes non littéraires, documents iconographiques, tableaux statistiques, etc.) dont chacun est daté et situé dans son contexte. Ces documents font référence au deuxième thème du programme de la deuxième année de STS.

## **Deuxième situation d'évaluation** (durée indicative : 2 heures)

Objectif général : évaluation de la capacité du candidat à appréhender et réaliser un message écrit.

Compétences à évaluer :

- respecter les contraintes de la langue écrite ;
- répondre de façon argumentée à une question posée en relation avec les documents proposés en lecture.

*Exemple de situation :*

À partir d'un dossier donné à lire dans les jours qui précèdent la situation d'évaluation et composé de 2 à 3 documents de nature différente (textes littéraires, textes non littéraires, documents iconographiques, tableaux statistiques, etc.), reliés par une problématique explicite en référence à un des deux thèmes inscrits au programme de la deuxième année de STS, et dont chaque document est daté et situé dans son contexte, rédaction d'une réponse argumentée à une question portant sur la problématique du dossier.

## **Troisième situation d'évaluation**

Objectif général : Évaluation de la capacité du candidat à communiquer oralement.

Compétences à évaluer :

- s'adapter à la situation (maîtrise des contraintes de temps, de lieu, d'objectifs et d'adaptation au destinataire, choix des moyens d'expression appropriés, prise en compte de l'attitude et des questions du ou des interlocuteurs) ;
- organiser un message oral : respect du sujet, structure interne du message (intelligibilité, précision et pertinence des idées, valeur de l'argumentation, netteté de la conclusion, pertinence des réponses ...).

*Exemple de situation :*

La capacité du candidat à communiquer oralement est évaluée au moment de la soutenance du rapport de stage.

*Chaque situation est notée sur 20 points. La note globale est ramenée à une note sur 20.*

## E. 2. LANGUE VIVANTE ETRANGERE (U. 2)

Liste des langues autorisées : anglais, allemand, arabe, chinois, espagnol, italien, portugais, russe, hébreu.

COEFFICIENT 3

### 1. Finalités et objectifs

L'épreuve a pour but d'évaluer **au niveau B2** les activités langagières suivantes :

- a) Compréhension de l'oral ;
- b) Production et interaction orales.

### 2. Forms de l'évaluation

#### 2.1. Forme ponctuelle.

Les modalités de passation de l'épreuve, la définition de la longueur des enregistrements et de la nature des supports pour la compréhension de l'oral ainsi que le coefficient sont identiques à ceux du contrôle en cours de formation.

1. **Compréhension de l'oral** : 30 minutes sans préparation  
Modalités : Cf. Première situation d'évaluation du CCF ci-dessous
2. **Expression orale en continu et en interaction** : 15 minutes assorties d'un temps de préparation de 30 minutes. Cf. Deuxième situation d'évaluation du CCF ci-dessous.

#### 2.2. Contrôle en cours de formation : deux situations d'évaluation de poids équivalent.

**Première situation d'évaluation : évaluation de la compréhension de l'oral** - durée 30 minutes maximum sans préparation, au cours du deuxième trimestre de la deuxième année.

##### **Organisation de l'épreuve**

Les enseignants organisent cette situation d'évaluation au cours du deuxième trimestre, au moment où ils jugent que les étudiants sont prêts et sur des supports qu'ils sélectionnent. Cette situation d'évaluation est organisée formellement pour chaque étudiant ou pour un groupe d'étudiants selon le rythme d'acquisition en tout état de cause avant la fin du second trimestre. Les notes obtenues ne sont pas communiquées aux étudiants et aucun rattrapage n'est prévu.

##### **Passation de l'épreuve**

Le titre de l'enregistrement est communiqué au candidat. On veillera à ce qu'il ne présente pas de difficulté particulière.

Trois écoutes espacées de 2 minutes d'un document audio ou vidéo dont le candidat rendra compte par écrit ou oralement en français.

##### **Longueur des enregistrements**

La durée de l'enregistrement n'excèdera pas trois minutes maximum. Le recours à des documents authentiques nécessite parfois de sélectionner des extraits un peu plus longs (d'où la limite supérieure fixée à 3 minutes) afin de ne pas procéder à la coupure de certains éléments qui facilitent la compréhension plus qu'ils ne la compliquent.

Le professeur peut également choisir d'évaluer les étudiants à partir de deux documents. Dans ce cas, la longueur n'excèdera pas 3 minutes pour les deux documents et on veillera à ce qu'ils soient de nature différente : dialogue et monologue.

##### **Nature des supports**

Les documents enregistrés, audio ou vidéo, seront de nature à intéresser un étudiant en STS sans toutefois présenter une technicité excessive. On peut citer, à titre d'exemple, les documents relatifs à l'emploi (recherche, recrutement, relations professionnelles, etc.), À la sécurité et à la santé au travail, à la vie en entreprise ; à la formation professionnelle, à la prise en compte par l'industrie des questions relatives à l'environnement, au développement durable etc. Il pourra s'agir de monologues, dialogues, discours, discussions, émissions de radio, extraits de documentaires, de films, de journaux télévisés.

*Il ne s'agira en aucune façon d'écrit oralisé ni d'enregistrements issus de manuels.*



On évitera les articles de presse ou tout autre document conçu pour être lu. En effet, ces derniers, parce qu'ils sont rédigés dans une langue écrite, compliquent considérablement la tâche de l'auditeur. De plus, la compréhension d'un article enregistré ne correspond à aucune situation dans la vie professionnelle.

**Deuxième situation d'évaluation : évaluation de la production orale en continu et de l'interaction** au cours du deuxième et du troisième trimestre de la deuxième année (durée 15 minutes + 30 minutes de préparation) :

**1. Expression orale en continu : présentation personnelle du candidat, et présentation des documents qui lui auront été remis en loge (5 minutes environ)**

Cette épreuve prend appui sur deux ou trois documents textuels et iconographiques appropriés illustrant un thème adapté pour des sections industrielles. La totalité des documents écrits, y compris les textes accompagnant les documents iconographiques (légende de photos ou de dessins, slogans de publicités etc.) n'excédera pas 250 mots. Les documents iconographiques ne représenteront au plus qu'un tiers du dossier.

Le candidat enchaînera brève présentation personnelle (une ou deux minutes environ) et présentation structurée des documents (trois ou quatre minutes environ) en mettant en évidence le thème qu'ils illustrent et en soulignant les points importants et les détails pertinents (cf. définition du niveau B2 Cadre européen commun de référence pour la production orale en continu). Cette partie de l'épreuve durera 5 minutes environ

**2. Expression orale en interaction (10 minutes environ)**

Au cours de l'entretien qui suivra, l'examineur s'attachera à permettre au candidat de préciser certains points, d'en aborder d'autres qu'il aurait omis. Cette partie de l'épreuve durera 10 minutes environ.

## E. 3. CULTURE DESIGN GRAPHIQUE ET TYPOGRAPHIQUE (U. 3)

COEFFICIENT 3

### Compétences

---

C.1. Faire émerger l'objet réel de la demande.	C.1.1. Traiter les informations initiales de la demande.
C.5. Évaluer.	C.5.b. Vérifier la cohérence et estimer la pertinence.

---

### Objectifs

Cette épreuve vise à apprécier l'aptitude du candidat :

- à analyser des productions relevant du design graphique et des champs connexes ;
- à repérer et mettre en évidence les facteurs d'évolution et d'interaction culturels et techniques ;
- à mobiliser des savoirs en fonction d'une question énoncée ;
- à développer une réflexion critique argumentée ;
- à impliquer la culture et la création contemporaine.

Les savoirs associés à cette compétence sont mobilisés de façon différente selon les options.

### Formes de l'évaluation

#### 1 – CONTROLE PONCTUEL

Épreuve écrite / durée : 3 heures

#### Modalités

Deux sujets sont donnés au choix. Chaque sujet propose un ensemble de trois réalisations relevant du design graphique et de la culture typographique ainsi que des champs connexes, articulé à un thème (une question énoncée) qui en oriente l'analyse. Le candidat développe à partir de lui une discussion organisée en s'appuyant sur l'analyse comparée des productions présentées et sur des exemples issus de ses connaissances et de sa culture personnelle.

#### Évaluation

Sont évaluées :

- la capacité d'analyse des données du sujet ;
- la capacité à repérer et mettre en évidence les facteurs d'évolution et d'interaction culturels et techniques ;
- la capacité d'argumentation et de démonstration de la mise en cohérence des documents et références ;
- la capacité à traiter les informations données en cohérence avec des références diverses et présentant un intérêt.

#### 2 – CONTROLE EN COURS DE FORMATION

*Contrôle en cours de formation pour les candidats scolarisés dans un établissement habilité à pratiquer le CCF  
2 situations d'évaluation*

situation 1 : dossier / coefficient 1,5

situation 2 : forme écrite / durée 3 heures au plus / coefficient 1,5

**SITUATION 1 : DOSSIER / COEFFICIENT 1,5 / DEBUT DU DEUXIEME SEMESTRE**

#### Modalités

Le travail consiste en une étude relevant de l'actualité artistique et de la création contemporaine éventuellement en lien avec le projet de synthèse. Cette étude porte sur un questionnement, un thème, un artiste, une œuvre (approche analytique) et met en évidence les qualités réflexives du candidat (approche discursive). Elle est limitée à une dizaine de pages, hors iconographie et doit être remise au professeur en fin de formation (à une date fixée par l'équipe de formateur avant le début des épreuves ponctuelles).

#### Évaluation

Sont évaluées :

- la capacité d'analyse des données du questionnaire ;
- la capacité à repérer et mettre en cohérence les facteurs d'évolution et d'interaction culturels et techniques convoqués ;
- la capacité d'argumentation et de démonstration de la mise en cohérence des éléments.

**SITUATION 2 : FORME ECRITE / DUREE 3 HEURES AU PLUS / COEFFICIENT 1,5 / DEUXIEME SEMESTRE**

**Modalités**

Le sujet propose trois réalisations du domaine du design graphique et des domaines connexes, accompagnées d'un thème formulé sous forme d'un questionnement, d'une notion, qui en oriente la lecture. Le candidat analyse les différentes réalisations en cherchant à mettre en évidence la relation au thème abordé puis effectue un développement dans une dernière partie en convoquant d'autres exemples en lien avec le sujet.

**Évaluation**

Sont évaluées :

- la capacité d'analyse au regard du thème ou de la question abordée ;
- la capacité à traiter les informations données en cohérence avec des références diverses et présentant un intérêt ;
- la capacité à articuler et hiérarchiser les éléments de l'analyse et les savoirs.

## E. 4. CRÉATIVITÉ RÉACTIVE (U. 4)

COEFFICIENT 3

### Compétence

---

C.3. Diverger.

C.3.1. Convoquer et mettre en jeu ses ressources.

---

### Objectifs

Cette épreuve vise à apprécier l'aptitude du candidat :

- à analyser un questionnement relevant du domaine du design de message ;
- à convoquer et mettre en jeu ses connaissances et ses ressources ;
- à énoncer des orientations créatives multiples ;
- à communiquer ses idées par des moyens graphiques.

Les savoirs associés à cette compétence sont mobilisés de façon différente selon les options.

### Formes de l'évaluation

1 – CONTROLE PONCTUEL  
Épreuve pratique / durée : 4 heures

#### Modalités

En fonction des données d'une demande et de ses savoirs (design de message publicitaire, culture de la communication), le candidat convoque l'ensemble de ses ressources propres (savoirs, références, étude de cas) à partir desquelles il fait émerger des hypothèses de réponses aux attentes exprimées. Cette épreuve consiste en l'explicitation et la communication de ses idées, étayées par ses connaissances, ceci par la réalisation de dessins d'intentions clairs et efficaces, accompagnés des commentaires nécessaires.

Elle se déroule en 4 heures sans contact avec l'extérieur. Le candidat n'a recours à aucun équipement relevant de l'informatique ou des nouvelles technologies.

#### Évaluation

Cette épreuve est évaluée par un jury composé de professeurs (intervenant en studio de création et en culture de la communication)

Sont évaluées :

- la capacité à prendre en compte la demande ;
- la capacité à convoquer les ressources diverses, pertinentes et étendues, nécessaires à la formulation d'hypothèses adaptées ;
- la capacité à communiquer clairement des idées par l'écrit et le dessin.

#### 2 – CONTROLE EN COURS DE FORMATION

*Contrôle en cours de formation pour les candidats scolarisés dans un établissement habilité à pratiquer le CCF*  
1 situation d'évaluation : forme pratique

#### Modalités

En fonction des données d'une commande et de ses savoirs (design de message, culture de la communication) il s'agit de convoquer un ensemble de ressources (savoirs, références, EDC) à partir desquelles il faut faire émerger des hypothèses de réponses aux attentes exprimées. Cette épreuve se limite aux dessins d'intentions accompagnés des commentaires nécessaires.

Elle se déroule sans contact avec l'extérieur et dure au minimum le temps de l'épreuve ponctuelle équivalente, au maximum, le double du temps de cette épreuve. Le candidat n'aura recours à aucun équipement relevant de l'informatique ou des nouvelles technologies de la communication.

#### Évaluation

Cette situation est évaluée par un jury composé de professeurs (intervenant en studio de création et en culture de la communication)

Sont évaluées :

- la capacité à prendre en compte la demande ;
- la capacité à convoquer les ressources diverses, pertinentes et étendues, nécessaires à la formulation d'hypothèses adaptées ;
- la capacité à communiquer clairement des idées par l'écrit et le dessin.

## E. 5. RECHERCHE CREATIVE (U. 5)

COEFFICIENT 3

### Compétence

---

C.3. Diverger.

C.3.2. Concevoir des hypothèses de réponse.

---

### Objectifs

Cette épreuve vise à apprécier l'aptitude du candidat :

- à s'emparer d'un questionnement donné ;
- à concevoir des hypothèses adaptées ;
- à communiquer par des moyens variés et complémentaires.

Les savoirs associés à cette compétence sont mobilisés de façon différente selon les options.

### Formes de l'évaluation

#### 1 – Contrôle en cours de formation

*Contrôle en cours de formation pour les candidats scolarisés dans un établissement habilité à pratiquer le CCF :*  
*2 situations d'évaluation*

situation 1 : forme pratique / premier semestre / coefficient 1,5

situation 2 : forme pratique / deuxième semestre / coefficient 1,5

### Modalités

Lors de la deuxième année de formation, les candidats sont évalués à partir de deux situations distinctes d'égale importance. La première axée sur **l'exploitation de contraintes** se déroule au cours du premier semestre ; la seconde, **exploitant un thème ouvert orienté sur un problème de communication**, est réalisée au cours du second semestre.

Chaque situation s'effectue sur un ou plusieurs jours dans les locaux de l'établissement scolaire en présence d'une personne ressource veillant aux conditions matérielles. Chacune dure au minimum le temps de l'épreuve ponctuelle équivalente, au maximum, le double du temps de cette épreuve. Les candidats ont accès à l'ensemble des ressources disponibles : documentation, matériel informatique, photocopieur. Les équipements et les productions restent sur place tout au long de la situation, aucun document ne doit sortir, ni entrer dans la salle d'examen. Les candidats exploitent les outils, médiums et techniques qu'ils jugent adaptés à l'intérêt du projet : techniques traditionnelles ou ressources numériques. L'accès internet n'est pas autorisé.

À l'issue de l'examen les candidats remettent un dossier papier. En fonction des indications du sujet et des ressources disponibles dans chaque centre, il sera précisé aux candidats s'ils sont autorisés ou non à adjoindre au dossier papier des fichiers informatiques complémentaires.

### Nature des sujets

La situation d'évaluation de recherche créative repose sur deux sujets de natures différentes.

**SITUATION 1 : FORME PRATIQUE / COEFFICIENT 1,5 / PREMIER SEMESTRE**  
EXPLOITATION DE CONTRAINTES

### Principe

À partir de l'étude et l'analyse d'instructions créatives fixant le contexte, les objectifs et les contraintes d'une commande, le candidat se les approprie, puis en explore et en exploite les possibles pour proposer une série d'hypothèses de réponse.

### Modalité

À partir d'un dossier comportant tous les éléments nécessaires à l'expression d'une demande propre à chaque option (communication et médias imprimés ou communication et médias numériques), le candidat énonce de manière explicite une thématique en relation avec les contraintes exprimées, à laquelle il répond dans un second temps par une série d'hypothèses de solutions sous forme de planches de recherches rassemblant des éléments visuels et rédactionnels.

### Évaluation

Cette situation est évaluée par un jury composé de professeurs (intervenant en studio de création et en technologie de la communication et de création) et éventuellement de professionnels. Sont évaluées :

- la capacité à comprendre, s'approprier les instructions créatives fournies ;
- la capacité définir des priorités, des orientations ;
- la capacité à formuler et argumenter des hypothèses diverses et adaptées ;
- la capacité à communiquer avec les moyens techniques et expressifs adéquats.

**SITUATION 2 : FORME PRATIQUE / COEFFICIENT 1,5 / DEUXIEME SEMESTRE**  
EXPLOITATION D'UN THEME

**Principe**

À partir d'un thème axé sur un problème de communication, accompagné d'un ensemble de documents visuels et textuels suggérant des contextes envisageables, le candidat procède à l'étude et à l'analyse des éléments du problème, s'en empare et exploite le thème pour concevoir et proposer une série d'hypothèses de réalisation relevant du design graphique.

**Modalité**

Dans une première étape le candidat effectue une analyse critique des productions présentées en lien avec le thème proposé. À partir de celui-ci, il conçoit un ensemble d'hypothèses d'applications, de propositions possibles dans le champ du design graphique relatif à son option en mobilisant les moyens adéquats à leur communication ; croquis, esquisses accompagnés des annotations nécessaires.

Le candidat doit mettre en évidence à travers sa production, sa capacité à formuler des hypothèses de réponses variées, à les ancrer dans des contextes d'applications différents, à proposer des stratégies de communication possibles, en envisageant des complémentarités de supports. Il est à noter que les réalisations ou les documents présentés sont des éléments inducteurs du thème donné et de contextes envisageables.

**Évaluation**

Cette situation est évaluée par un jury composé de professeurs (intervenant en studio de création et en technologie de la communication et de création) et éventuellement de professionnels. Sont évaluées :

- la capacité à questionner de manière cohérente le problème posé ;
- la capacité à repérer, traduire des besoins ;
- la capacité à formuler et argumenter des hypothèses diverses et adaptées ;
- la capacité à communiquer avec les moyens techniques et expressifs adéquats.

**2 – Contrôle ponctuel**  
Épreuve pratique / durée : 12 heures

**Modalités**

Dans cette phase créative de l'examen, l'épreuve consiste en la réalisation de dessins d'intentions. Les procédés infographiques sont exclus.

L'épreuve se compose de 2 parties de 6 heures :

- premier jour : le sujet porte sur l'exploitation de contraintes ;
- deuxième jour : le sujet porte sur l'exploitation d'un thème ouvert relevant d'une problématique ou une fonction de communication.

Dans chaque situation le candidat procède à l'étude attentive des documents fournis dans le sujet puis s'empare du thème, de la problématique pour proposer une série d'hypothèses sous forme d'esquisses, croquis accompagnés des commentaires utiles.

**Évaluation**

Cette épreuve est évaluée par un jury composé de professeurs d'arts appliqués et éventuellement de professionnels. Sont évaluées :

*(le premier jour)*

- la capacité à comprendre, s'approprier les instructions créatives fournies ;
- la capacité à définir des priorités, des orientations ;
- la capacité à formuler et argumenter des hypothèses diverses et adaptées ;
- la capacité à communiquer avec les moyens techniques et expressifs adéquats ;

*(le deuxième jour)*

- la capacité à questionner de manière cohérente le problème posé ;
- la capacité à repérer, traduire des besoins ;
- la capacité à formuler et argumenter des hypothèses diverses et adaptées ;
- la capacité à communiquer avec les moyens techniques et expressifs adéquats.

## E. 6. ÉPREUVE PROFESSIONNELLE DE SYNTHÈSE

COEFFICIENT 11

Sous-épreuves :

U 6.1 Projet de synthèse / coefficient 8

U 6.2 Dossier professionnel / coefficient 2

U 6.3 Rapport de stage / coefficient 1

### U.6.1 Dossier de projet de synthèse – coefficient 8

#### Compétences

C.1 Faire émerger l'objet réel de la demande.	C.1.1 Traiter les informations initiales de la demande.
C.2. Questionner l'objet de la commande.	C.2.1. Déterminer les critères stratégiques de la commande.
	C.2.2. Déterminer les critères de conception.
C.4. Converger.	C.4.1. Définir les enjeux du développement pour le projet.
	C.4.2. Conduire une recherche de mise au point.
	C.4.3. Conduire une démarche d'intégration.
C.5. Évaluer.	C.5.a. Vérifier la présence et la conformité.
	C.5.c. Vérifier et estimer les données économiques.

#### Objectifs

En situation de commande réelle ou plausible – observée en stage ou non – le projet de synthèse vise à apprécier l'aptitude du candidat à :

- cerner, analyser et sérier les critères d'une demande ;
- conduire une étude systématique des variables du contexte ;
- définir les options stratégiques du projet ;
- valoriser les possibilités et potentialités de l'hypothèse retenue ;
- mettre au point la réalisation en optimisant et en contrôlant les ressources et les moyens ;
- contrôler la conformité du projet ;
- présenter et convaincre des options prises par le biais de connaissances culturelles, économiques et techniques adaptées.

Les savoirs associés à cette compétence sont mobilisés de façon différente selon les options.

#### Formes de l'évaluation

##### 1 – Contrôle en cours de formation

*Contrôle en cours de formation pour les candidats scolarisés dans un établissement habilité à pratiquer le CCF :*  
2 situations d'évaluation

situation 1 : dossier / début du deuxième semestre / coefficient 5

situation 2 : forme orale / deuxième semestre / coefficient 3

#### Principe

Le projet de synthèse choisi par le candidat, axé sur un problème à résoudre, doit relever d'un des champs du design graphique de son option (communication & médias imprimés ou communication & médias numériques) et s'ancrer dans une réalité concrète ou plausible. Ce travail est mené dans l'optique d'articuler les différents aspects professionnels.

#### Modalités

Un temps déterminé par l'équipe enseignante et l'étudiant est consacré à la conduite de ce projet selon des modalités laissées à l'initiative des équipes.

## **SITUATION 1 : DOSSIER / COEFFICIENT 5 / DEBUT DU DEUXIEME SEMESTRE DE LA SECONDE ANNEE**

### **Principe**

Elle consiste à élaborer la première phase de la démarche de projet et à la matérialiser sous la forme d'un dossier comportant :

- l'analyse philosophique développée de l'un des aspects du projet ou de sa finalité d'ensemble, selon un sujet formulé en cours d'année par le professeur de philosophie de telle sorte qu'il soit à la fois conforme au programme et en adéquation avec le projet du candidat ;
- les aspects stratégiques en termes économiques, juridiques et de gestion du projet ;
- les hypothèses de réponse.

### **Évaluation**

Le jury est composé de professeurs (intervenant en studio de création et en technologie de la communication) et de professionnels. Le dossier présentant l'analyse philosophique et celui relatif aux aspects économiques, juridiques et de gestion font l'objet d'une évaluation spécifique par des professeurs de philosophie et d'économie-gestion.

Sont évaluées :

- la capacité à cerner, analyser et sérier les critères d'une demande ;
- la capacité à déterminer les critères stratégiques de la commande du point de vue des attentes économiques et juridiques ;
- la capacité à déterminer les critères de conception du projet du point de vue des attentes philosophiques.

## **SITUATION 2 : FORME ORALE / COEFFICIENT 3 / DEUXIEME SEMESTRE DE LA SECONDE ANNEE**

### **Principe**

Elle consiste en l'évaluation du développement du projet à travers un oral qui dure au minimum le temps de l'épreuve ponctuelle équivalente, au maximum, le double du temps de cette épreuve. L'oral s'appuie sur un dossier de développement du projet de synthèse, composé de documents visuels, informatiques et rédactionnels, présentant de manière organisée et exhaustive les options stratégiques et les critères de conception retenus pour le développement du projet de synthèse dans ses différentes phases.

Le développement choisi sera recontextualisé par un rappel synthétique de l'ensemble des travaux conduits pour mettre au point et améliorer l'hypothèse validée selon des facteurs de différente nature : contextuel, conceptuel, sémiotique, formel, esthétique, typographique, fonctionnel, technique, technologique. Seule la démarche menée par l'étudiant sera évaluée, les choix réalisés dans l'étape ultérieure n'ont plus à être discutés. Des questions relatives aux différents aspects du projet sont posées au candidat lors de la soutenance.

La réflexion critique pour optimiser la production et justifier les choix de développement effectués sera mise en évidence et s'appuiera sur des supports visuels (écran ou papier) et une maquette fonctionnelle démonstrative des spécificités du projet.

Ce développement inclura des aspects économiques, juridiques et techniques.

### **Évaluation**

Le jury est composé de professeurs (intervenant en studio de création et en technologie de création ou de production) et de professionnels. Les professeurs de philosophie et d'économie-gestion peuvent consulter le dossier de projet de synthèse qui est mis à leur disposition.

Sont évaluées :

- la capacité à définir les enjeux du développement ;
- la capacité à conduire une recherche de mise au point ;
- la capacité à conduire une démarche d'intégration ;
- la capacité à vérifier la présence et la conformité des éléments produits pour les prestataires extérieurs ;
- la capacité à présenter et convaincre des options prises par le biais de connaissances culturelles, économiques et techniques adaptées.

## **2 – Contrôle ponctuel** Épreuve orale / durée 15 mn

### **Modalités**

L'étudiant choisit un projet qui doit relever d'un des champs du design graphique de son option (médias imprimés ou médias numériques) et conduit l'étude de son contexte de manière méthodique et organisée. Le projet qui peut émaner d'une situation rencontrée en stage s'ancre dans une réalité concrète ou plausible.

Le dossier de projet de synthèse rassemble et organise l'ensemble des pièces matérielles ou des fichiers informatiques permettant d'appréhender les aspects stratégiques du projet.

Le candidat présente son dossier et communique à l'oral sur les différents aspects du projet en s'appuyant sur :

- le dossier présentant l'analyse philosophique développée de l'un des aspects du projet ou de sa finalité d'ensemble, selon un sujet formulé en cours d'année par le professeur de philosophie de telle sorte qu'il soit à la fois conforme au programme et en adéquation avec le projet du candidat ;
- le dossier de projet de synthèse, composé de documents visuels, informatiques et rédactionnels, présente de manière organisée et exhaustive les options stratégiques retenues pour le déroulement du projet professionnel dans ses différentes phases ;
- le dossier relatif aux aspects économiques, juridiques et de gestion en lien avec le projet traité.



Lors d'un entretien, le candidat rappelle de manière synthétique l'ensemble des travaux conduits pour mettre au point et améliorer l'hypothèse validée selon des facteurs de différente nature : contextuel, conceptuel, sémiotique, formel, esthétique, typographique, fonctionnel, technique, technologique. Seule la démarche menée par l'étudiant sera évaluée, les choix réalisés dans l'étape ultérieure n'ont plus à être discutés. Le candidat met en évidence sa réflexion critique pour optimiser sa production et justifier les choix effectués en s'appuyant sur des supports visuels (écran ou papier) et une maquette fonctionnelle démonstrative de ses spécificités. Doivent être joints au dossier les documents attestant de la réalisation des stages en milieu professionnel (ou l'activité professionnelle) :

- certificat d'attestation de présence ;
- tableau récapitulatif des activités conduites ;
- rapport de stage ;
- le sommaire du dossier de projet de synthèse.

Lors d'une discussion avec le jury le candidat répond à différentes questions relatives à la conformité du projet du point de vue stratégique, sémantique, fonctionnel, technique, typographique, économique ou juridique. Le jury prend connaissance du projet professionnel avant l'entretien au moyen d'une synthèse papier récapitulant les points essentiels et examine le compte rendu d'expérience réalisé à partir du stage en entreprise. À l'issue de l'entretien, le jury conserve une version numérique de l'ensemble du projet.

## Évaluation

Le jury est composé de professeurs d'arts appliqués et de professionnels. Le dossier présentant l'analyse philosophique et celui relatif aux aspects économiques, juridiques et de gestion font l'objet d'une évaluation spécifique par des professeurs de philosophie et d'économie-gestion.

Sont évaluées :

- la capacité à cerner, analyser et sérier les critères d'une demande ;
- la capacité à déterminer les critères stratégiques de la commande du point de vue des attentes économiques et législatives ;
- la capacité à déterminer les critères de conception du projet du point de vue des attentes philosophiques ;
- la capacité à définir les enjeux du développement ;
- la capacité à conduire une recherche de mise au point ;
- la capacité à conduire une démarche d'intégration ;
- la capacité à vérifier la présence et la conformité des éléments produits pour les prestataires extérieurs ;
- la capacité à présenter et convaincre des options prises par le biais de connaissances culturelles, économiques et techniques adaptées.

## Conditions particulières

Candidats en situation de perfectionnement : le projet est réalisé soit pendant le stage, soit dans le cadre de l'activité professionnelle précédant le stage.

Candidats ayant occupé pendant trois ans au moins à la date des épreuves un emploi dans le domaine professionnel correspondant au BTS postulé : le projet est réalisé dans l'année précédant l'épreuve.

*Le candidat devra transmettre, selon une procédure mise en place par chaque académie et à une date fixée dans la circulaire d'organisation de l'examen, un dossier (sous forme papier avec copie numérique) constitué :*

- du dossier présentant l'analyse philosophique développée de l'un des aspects du projet
- ou de sa finalité d'ensemble ;
- du dossier de projet de synthèse ;
- du dossier relatif aux aspects économiques, juridiques et de gestion en lien avec le projet traité.

*Le contrôle de conformité du dossier est effectué selon des modalités définies par les autorités académiques avant l'interrogation. La constatation de non conformité du dossier entraîne l'attribution de la mention « non valide » à l'épreuve correspondante. Le candidat, même présent à la date de l'épreuve, ne peut être interrogé. En conséquence, le diplôme ne peut lui être délivré.*

*Dans le cas où, le jour de l'interrogation, le jury a un doute sur la conformité du dossier, il interroge néanmoins le candidat.*

*L'attribution de la note est réservée dans l'attente d'une nouvelle vérification mise en œuvre selon des modalités définies par les autorités académiques. Si, après vérification, le dossier est déclaré non-conforme, la mention « non valide » est portée à l'épreuve.*

*La non conformité du dossier peut être prononcée dès lors qu'une des situations suivantes est constatée :*

- absence de dépôt du dossier ;
- dépôt du dossier au-delà de la date fixée par la circulaire d'organisation de l'examen ou de l'autorité organisatrice ;
- documents constituant le dossier non visés ou non signés par les personnes habilitées à cet effet ;
- la reprise d'un des travaux du dossier professionnel à titre de projet de synthèse.

## U.6.2 Dossier professionnel – coefficient 2

### Compétences

---

C.6. Communiquer.

C.6.d. Maîtriser la communication du projet.

---

### Objectifs

Cette épreuve permet au candidat de valoriser ses savoir-faire et ses engagements graphiques, conceptuels, etc., dans les domaines professionnels et connexes, de témoigner de son engagement et de mettre en évidence son projet personnel de parcours (poursuite d'études, orientation professionnelle).

Les savoirs associés à cette compétence sont mobilisés de façon différente selon les options.

### Forme de l'évaluation

Contrôle ponctuel

Épreuve orale / durée 20 min

### Modalités

Le dossier est constitué par les productions réalisées dans le cadre du studio de création, de pratique plastique et graphique et des ateliers et du rapport de stage en entreprise.

Le dossier professionnel comprend une sélection de réalisations produites au cours de la formation dans une logique privilégiant une cohérence d'ensemble articulée à un projet personnel plutôt qu'à une logique comptable.

La diversité et l'étendue des compétences démontrées est un élément à prendre en compte dans la sélection des travaux.

Ce dossier est le reflet de la posture singulière de l'étudiant et de son appropriation des contenus vis-à-vis des projets conduits et animés par les équipes dans les ateliers.

Le rapport de stage et d'activités professionnelles comprend une dizaine de pages de textes et d'images. Il a pour but de valider la compréhension de l'entreprise et de son domaine d'activité, ainsi qu'une distance critique vis à vis de cette expérience.

Le candidat rend compte oralement de son activité face au jury qui peut l'interroger sur les différents aspects des activités conduites.

### Évaluation

Cette épreuve vise à évaluer la cohérence du dossier du candidat ainsi que sa capacité à organiser, expliciter et valoriser ses démarches et ses productions.

Le jury est composé de professeurs intervenant en studio de création, en atelier, en pratique plastique et graphique, en technologie de création / production et de professionnels.

Sont évalués :

- la capacité à échanger de manière adaptée avec le jury ;
- la capacité à maîtriser la communication de son projet professionnel ou de poursuite d'étude et valoriser son travail dans une présentation cohérente et claire tant graphique qu'orale.

### Conditions particulières

*Le dossier est transmis selon une procédure mise en place par chaque académie et à une date fixée dans la circulaire d'organisation de l'examen. Le contrôle de conformité du dossier est effectué selon des modalités définies par les autorités académiques avant l'interrogation. La constatation de non conformité du dossier entraîne l'attribution de la mention « non valide » à l'épreuve correspondante. Le candidat, même présent à la date de l'épreuve, ne peut être interrogé. En conséquence, le diplôme ne peut lui être délivré.*

*Dans le cas où, le jour de l'interrogation, le jury a un doute sur la conformité du dossier, il interroge néanmoins le candidat.*

*L'attribution de la note est réservée dans l'attente d'une nouvelle vérification mise en œuvre selon des modalités définies par les autorités académiques. Si, après vérification, le dossier est déclaré non-conforme, la mention « non valide » est portée à l'épreuve.*

*La non conformité du dossier peut être prononcée dès lors qu'une des situations suivantes est constatée :*

- absence de dépôt du dossier ;
- dépôt du dossier au-delà de la date fixée par la circulaire d'organisation de l'examen ou de l'autorité organisatrice ;
- documents constituant le dossier non visés ou non signés par les personnes habilitées à cet effet.
- l'inclusion du projet de synthèse au sein des travaux présentés dans le dossier professionnel.

## U.6.3 Rapport de stage – coefficient 1

### Compétence

---

C.6. Communiquer.

C.6.b. Echanger de manière adaptée selon l'interlocuteur.

---

### Objectifs

Cette sous-épreuve a pour but de valider la compréhension de l'entreprise et de son domaine d'activité par le candidat au travers de la rédaction de son rapport de stage ou d'activités professionnelles en employant un vocabulaire et une culture spécifiques.

### Forme de l'évaluation

Contrôle ponctuel

Épreuve orale / durée 15 min

### Modalités

À partir de son rapport, le candidat rend compte oralement de son activité. Des questions peuvent être posées au candidat. L'entretien se déroule à la suite de l'épreuve de dossier personnel, devant le même jury.

Le rapport de stage et d'activités professionnelles comprend une dizaine de pages de textes et d'images. Il a pour but de valider la compréhension de l'entreprise et de son domaine d'activité, ainsi qu'une distance critique vis à vis de cette expérience.

Le candidat rend compte oralement de son activité face au jury qui peut l'interroger sur les différents aspects des activités conduites.

### Évaluation

Cette épreuve vise à évaluer la cohérence du dossier du candidat ainsi que sa capacité à organiser, expliciter et valoriser ses démarches et ses productions à l'aide d'un vocabulaire et d'une culture spécifiques. Elle se situe directement après celle du dossier professionnel.

Le jury est composé de professeurs intervenant en studio de création, en atelier, en pratique plastique et graphique, en technologie de création / production et de professionnels.

Sont évaluées :

- la capacité à organiser un témoignage et un point de vue de manière cohérente et synthétique ;
- la capacité à valoriser une observation critique dans la présentation tant graphique qu'orale ;
- la capacité à organiser et valoriser ces points de vue et critique avec le vocabulaire et la culture spécifiques.

### Conditions particulières

*Le dossier est transmis selon une procédure mise en place par chaque académie et à une date fixée dans la circulaire d'organisation de l'examen. Le contrôle de conformité du dossier est effectué selon des modalités définies par les autorités académiques avant l'interrogation. La constatation de non conformité du dossier entraîne l'attribution de la mention « non valide » à l'épreuve correspondante. Le candidat, même présent à la date de l'épreuve, ne peut être interrogé. En conséquence, le diplôme ne peut lui être délivré.*

*Dans le cas où, le jour de l'interrogation, le jury a un doute sur la conformité du dossier, il interroge néanmoins le candidat.*

*L'attribution de la note est réservée dans l'attente d'une nouvelle vérification mise en œuvre selon des modalités définies par les autorités académiques. Si, après vérification, le dossier est déclaré non-conforme, la mention « non valide » est portée à l'épreuve.*

*La non conformité du dossier peut être prononcée dès lors qu'une des situations suivantes est constatée :*

- absence de dépôt du dossier ;
- dépôt du dossier au-delà de la date fixée par la circulaire d'organisation de l'examen ou de l'autorité organisatrice ;
- documents constituant le dossier non visés ou non signés par les personnes habilitées à cet effet.
- l'inclusion du projet de synthèse au sein des travaux présentés dans le dossier professionnel.

## **E.F. 1. LANGUE VIVANTE 2 (U.F. 1)**

### **Objectifs**

L'épreuve a pour but d'évaluer :

- la compréhension de la langue vivante étrangère orale et éventuellement écrite ;
- l'expression orale dans la langue vivante étrangère ;

### **Forme de l'évaluation**

#### *Contrôle ponctuel*

*Épreuve orale facultative, durée 20 minutes, temps de préparation 20 minutes*

### **Modalités**

L'épreuve se décompose ainsi :

- présentation personnelle du candidat et entretien sur son expérience professionnelle (stage en entreprise, activités professionnelles...) en langue vivante étrangère ;
- entretien en langue vivante étrangère sur la base d'un document écrit, audio ou vidéo, en relation plus ou moins directe avec le domaine professionnel.

## Annexe 6

## TABLEAUX DE CORRESPONDANCE EPREUVES - UNITES

Correspondances entre les épreuves / unités de l'examen du brevet de technicien supérieur « Communication visuelle, option Graphisme, édition, publicité » définies par l'arrêté du 31 juillet 1996 et « Communication visuelle option Multimédia » définies par l'arrêté du 7 septembre 2000 et les épreuves / unités de l'examen du brevet de technicien supérieur « Design graphique, option Communication et médias imprimés, option Communication et médias numériques » définies par le présent arrêté.

<b>ÉPREUVES / UNITES DU BTS « COMMUNICATION VISUELLE » DÉFINIES PAR L'ARRÊTE DU 31 JUILLET 1996 MODIFIÉ</b>		<b>ÉPREUVES / UNITES DU BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR « DESIGN GRAPHIQUE » DÉFINIES PAR LE PRÉSENT ARRÊTE</b>	
Épreuves / sous-épreuves	Unités	Épreuves / sous-épreuves	Unités
- E.1. Français	U. 1	- E.1. Culture générale et expression	U. 1
- E.2. Langue vivante étrangère 1	U. 2	- E.2. Langue vivante étrangère 1	U. 2
- E.3. Arts visuels et appliqués	U. 3	- E.3. Culture design graphique et typographique	U. 3
- E.4. Démarche créative	U. 4	- E.4. Créativité réactive	U. 4
		- E.5. Recherche créative	U. 5
- E.5. Dossier de travaux	U. 5	- E.6. Epreuve professionnelle de synthèse Sous-épreuve : dossier professionnel	U.6.2
- E.6. Projet professionnel	U. 6.	- E.6. Epreuve professionnelle de synthèse Sous-épreuve : projet de synthèse	U.6.1
		- E.6. Epreuve professionnelle de synthèse Sous-épreuve : rapport de stage	U.6.3
- E.F.1 Langue vivante 2	U.F. 1	- E.F.1 Langue vivante 2	
- E.F.2 Musique	U.F. 2		

En cas d'ajournement au brevet de technicien supérieur « Communication visuelle, option Graphisme, édition, publicité » et « Communication visuelle option Multimédia » défini par l'arrêté du 31 juillet 1996 modifié, les bénéficiaires des notes obtenues sont reportés sur les unités correspondantes du brevet de technicien supérieur « Design graphique » défini par le présent arrêté (la durée de validité de ces bénéficiaires est de 5 ans à compter de leur date d'obtention sous réserve de modification du règlement). Les anciennes unités qui ne trouvent pas leur correspondance dans le nouveau règlement sont perdues. Inversement, les nouvelles unités qui n'ont pas d'équivalent dans l'ancien règlement font l'objet d'une présentation par les candidats.