

Identification du module

Numéro de module	627
Titre	Produire du contenu pour les médias numériques
Compétence	Développer un concept de présentation de contenu visuel et audiovisuel en fonction d'un besoin du client, produire le contenu et le publier sur des canaux numériques sélectionnés.
Objectifs opérationnels	<p>1 Clarifier avec le mandant le message, les canaux et le contexte général d'une publication.</p> <p>2 Développer un concept avec les éléments de contenu, leur utilisation et leur séquence et le présenter au mandant.</p> <p>3 Elaborer les messages textuels nécessaires en collaboration avec le mandant.</p> <p>4 Développer ou se procurer le matériel d'image, de son et de film nécessaire.</p> <p>5 Développer des modèles pour une présentation uniforme du contenu.</p> <p>6 Assurer le contrôle qualitatif et fonctionnel des contenus.</p> <p>7 Intégrer et publier le contenu sur les canaux numériques sélectionnés.</p>
Domaine de compétence	Multimedia
Objet	Besoins de communication d'une organisation ayant une stratégie prédéfinie, un portefeuille de produits ou de services défini et des exigences en matière de Corporate Identity (CI).
Version du module	1.0
Créé le	01.06.2021

Connaissances opérationnelles nécessaires

Les connaissances opérationnelles nécessaires décrivent les savoirs qui contribuent à l'exécution compétente des actions d'un module. La définition de ces connaissances est fournie à titre indicatif et n'est pas exhaustive. La concrétisation des objectifs de formation et la définition du chemin d'apprentissage en vue d'acquérir ces compétences incombent aux prestataires de formation.

Numéro de module	627																																				
Titre	Produire du contenu pour les médias numériques																																				
Compétence	Développer un concept de présentation de contenu visuel et audiovisuel en fonction d'un besoin du client, produire le contenu et le publier sur des canaux numériques sélectionnés.																																				
Objectifs opérationnels et connaissances opérationnelles nécessaires																																					
<table border="1"><tr><td>1</td><td>1.1</td><td>Connaître les techniques de questionnement et de créativité appropriées pour recueillir, transcrire et structurer le contenu de la communication avec le client.</td></tr><tr><td></td><td>1.2</td><td>Connaître les caractéristiques centrales d'un message essentiel (par exemple individualité, crédibilité, pertinence pour le groupe cible, compréhensibilité, concision) et pouvoir expliquer leur importance pour la communication.</td></tr><tr><td></td><td>1.3</td><td>Connaître les forces, les faiblesses et les risques des différents canaux analogiques et numériques et pouvoir expliquer leur utilisation en fonction du contexte.</td></tr><tr><td>2</td><td>2.1</td><td>Connaître les éléments typiques des concepts de communication et de conception (par exemple résumé, exposé, script, Storyboard, réclamation, brouillon, directive de conception).</td></tr><tr><td></td><td>2.2</td><td>Connaître les principes de la dramaturgie dans la narration numérique.</td></tr><tr><td></td><td>2.3</td><td>Connaître les critères permettant de déterminer le mix média (par exemple valeurs, culture et philosophie d'une organisation, objectif, marque, produit, groupes cibles, langue, budget).</td></tr><tr><td></td><td>2.4</td><td>Connaître les aides à la planification pour la mise en œuvre du concept (par exemple liste de matériel et d'accessoires, planning de tournage ou d'enregistrement).</td></tr><tr><td>3</td><td>3.1</td><td>Connaître les caractéristiques des bons messages textuels (par exemple formule AIDA, concision, faits, mots-clés, émotions, Unique Selling Proposition) et pouvoir expliquer leur utilisation et leur effet à l'aide d'exemples.</td></tr><tr><td></td><td>3.2</td><td>Connaître les éléments essentiels pour la conception de messages textuels (par exemple typographie, trame et miroir, couleur) et pouvoir expliquer leur utilisation et leur effet à l'aide d'exemples.</td></tr><tr><td>4</td><td>4.1</td><td>Connaître les différents formats d'image, de son et de vidéo et pouvoir expliquer leurs propriétés (par exemple résolution, espace couleur, compression) et leurs domaines d'application.</td></tr><tr><td></td><td>4.2</td><td>Connaître les éléments essentiels pour la conception d'images et de matériel cinématographique (par exemple composition de l'image, nombre d'or, perspectives, ralenti, animation) et pouvoir expliquer leur utilisation et leur effet à l'aide d'exemples.</td></tr><tr><td></td><td>4.3</td><td>Connaître les fonctions et le maniement des équipements et outils de production d'images, de sons et de films.</td></tr></table>		1	1.1	Connaître les techniques de questionnement et de créativité appropriées pour recueillir, transcrire et structurer le contenu de la communication avec le client.		1.2	Connaître les caractéristiques centrales d'un message essentiel (par exemple individualité, crédibilité, pertinence pour le groupe cible, compréhensibilité, concision) et pouvoir expliquer leur importance pour la communication.		1.3	Connaître les forces, les faiblesses et les risques des différents canaux analogiques et numériques et pouvoir expliquer leur utilisation en fonction du contexte.	2	2.1	Connaître les éléments typiques des concepts de communication et de conception (par exemple résumé, exposé, script, Storyboard, réclamation, brouillon, directive de conception).		2.2	Connaître les principes de la dramaturgie dans la narration numérique.		2.3	Connaître les critères permettant de déterminer le mix média (par exemple valeurs, culture et philosophie d'une organisation, objectif, marque, produit, groupes cibles, langue, budget).		2.4	Connaître les aides à la planification pour la mise en œuvre du concept (par exemple liste de matériel et d'accessoires, planning de tournage ou d'enregistrement).	3	3.1	Connaître les caractéristiques des bons messages textuels (par exemple formule AIDA, concision, faits, mots-clés, émotions, Unique Selling Proposition) et pouvoir expliquer leur utilisation et leur effet à l'aide d'exemples.		3.2	Connaître les éléments essentiels pour la conception de messages textuels (par exemple typographie, trame et miroir, couleur) et pouvoir expliquer leur utilisation et leur effet à l'aide d'exemples.	4	4.1	Connaître les différents formats d'image, de son et de vidéo et pouvoir expliquer leurs propriétés (par exemple résolution, espace couleur, compression) et leurs domaines d'application.		4.2	Connaître les éléments essentiels pour la conception d'images et de matériel cinématographique (par exemple composition de l'image, nombre d'or, perspectives, ralenti, animation) et pouvoir expliquer leur utilisation et leur effet à l'aide d'exemples.		4.3	Connaître les fonctions et le maniement des équipements et outils de production d'images, de sons et de films.
1	1.1	Connaître les techniques de questionnement et de créativité appropriées pour recueillir, transcrire et structurer le contenu de la communication avec le client.																																			
	1.2	Connaître les caractéristiques centrales d'un message essentiel (par exemple individualité, crédibilité, pertinence pour le groupe cible, compréhensibilité, concision) et pouvoir expliquer leur importance pour la communication.																																			
	1.3	Connaître les forces, les faiblesses et les risques des différents canaux analogiques et numériques et pouvoir expliquer leur utilisation en fonction du contexte.																																			
2	2.1	Connaître les éléments typiques des concepts de communication et de conception (par exemple résumé, exposé, script, Storyboard, réclamation, brouillon, directive de conception).																																			
	2.2	Connaître les principes de la dramaturgie dans la narration numérique.																																			
	2.3	Connaître les critères permettant de déterminer le mix média (par exemple valeurs, culture et philosophie d'une organisation, objectif, marque, produit, groupes cibles, langue, budget).																																			
	2.4	Connaître les aides à la planification pour la mise en œuvre du concept (par exemple liste de matériel et d'accessoires, planning de tournage ou d'enregistrement).																																			
3	3.1	Connaître les caractéristiques des bons messages textuels (par exemple formule AIDA, concision, faits, mots-clés, émotions, Unique Selling Proposition) et pouvoir expliquer leur utilisation et leur effet à l'aide d'exemples.																																			
	3.2	Connaître les éléments essentiels pour la conception de messages textuels (par exemple typographie, trame et miroir, couleur) et pouvoir expliquer leur utilisation et leur effet à l'aide d'exemples.																																			
4	4.1	Connaître les différents formats d'image, de son et de vidéo et pouvoir expliquer leurs propriétés (par exemple résolution, espace couleur, compression) et leurs domaines d'application.																																			
	4.2	Connaître les éléments essentiels pour la conception d'images et de matériel cinématographique (par exemple composition de l'image, nombre d'or, perspectives, ralenti, animation) et pouvoir expliquer leur utilisation et leur effet à l'aide d'exemples.																																			
	4.3	Connaître les fonctions et le maniement des équipements et outils de production d'images, de sons et de films.																																			

Connaissances opérationnelles nécessaires

	4.4	Connaître les fonctions et le maniement des outils de postproduction de l'image, du son et du matériel cinématographique (par exemple montage, filtres, doublage, sous-titrage, correction des couleurs).
	4.5	Connaître les sources d'acquisition d'images, de sons et de films externes et pouvoir expliquer les modèles de licence pertinents pour la propriété intellectuelle et le contenu (par exemple Creative Commons, Royalty Free).
	4.6	Connaître les bases du droit d'auteur, du droit des brevets, du droit des marques et du droit des dessins et modèles en Suisse et dans l'UE et pouvoir expliquer leur importance pour une utilisation conforme au droit d'auteur.
5	5.1	Connaître les possibilités et l'utilisation des modèles (Templates) dans les outils bureautiques courants, les Content Management Systems (CMS) configurables de manière déclarative et les médias sociaux.
	5.2	Connaître les exigences relatives à la Corporate Identity (CI) de l'organisation et pouvoir expliquer l'importance du Corporate Design pour la présentation du contenu.
	5.3	Connaître les outils permettant de créer et de modifier des éléments graphiques pour les modèles (par exemple icônes, bannières, photos de profil).
6	6.1	Connaître les méthodes, techniques et outils pour les tests qualitatifs et fonctionnels des contenus numériques (par exemple test A/B, Multivariate Test (MVT), Usability Test, Duplicate Content Checker, Cross Browser Testing, Broken-Link-Checkers).
	6.2	Connaître les outils d'amélioration grammaticale et stylistique des textes (par exemple outils d'analyse de texte, outils de création, outils de traduction, lectorat).
	6.3	Connaître les outils permettant d'améliorer la qualité de l'image, du son et du matériel cinématographique.
7	7.1	Connaître l'importance du calendrier et des fréquences des publications sur les canaux numériques.
	7.2	Identifier les mesures de soutien pour générer une portée supplémentaire après la publication de nouveaux contenus (par exemple Hashtags, Shares sur les médias sociaux, commentaires, Newsletters).

Version du module

1.0

Créé le

01.06.2021