



swiss
interactive
media
design

Plan pédagogique

Interactive Media Designer EFZ

Pour l'ordonnance sur la formation professionnelle initiale

1 Préparation de projets comprenant des contenus numériques interactifs

La préparation de projets comprenant des contenus numériques interactifs est très importante pour saisir les besoins du client et établir une préconception. Les Interactive Media Designers CFC saisissent les besoins du mandataire, analysent des mandats et établissent un cahier des charges. Ils vérifient la faisabilité et examinent l'adéquation. Ils font des recherches de création, de contenu et techniques, développent une esquisse d'idées et établissent une préconception. Ils la présentent au client de manière convaincante et appropriée au destinataire. Dans ce processus ils utilisent leurs connaissances et leur compréhension de la création visuelle.

1.1 Comprendre les bases de la création

Les Interactive Media Designers CFC ont conscience que contenu, message et effet dans l'établissement de leurs travaux constituent des critères qualitatifs décisifs. Dans la compréhension des bases de la culture, des arts, du design et des médias, ils développent et créent leurs travaux de façon pertinente, convaincante et en fonction du destinataire.

Nr	Semestre	Heures	Objectifs évaluateurs	Commentaires
1.1.1	1	20	Utiliser les bases de la communication visuelle (C4) Ils expliquent des modèles et l'évolution historique de la communication visuelle aux vues de leur tâches de création visuelle.	
	2	40	Ils décrivent les fonctions et possibilités d'utilisation des différents produits médiatiques.	
	3	20	Ils reconnaissent et analysent les informations transmises par les médias en fonction du contenu, des affirmations, de la diffusion et de l'effet.	
1.1.2	1		Utiliser les bases de la perception visuelle (C5) Les Interactive Media Designers CFC – expliquent les conditions physiques de la perception visuelle – expliquent la vision spatiale – expliquent les caractéristiques et l'effet de la perception des couleurs et des formes et les appliquent dans la création visuelle – identifient et expliquent des phénomènes de perception	
	2		Les Interactive Media Designers CFC – décrivent les aspects psychologiques de la forme et de la couleur et connaissent leur effet sur la perception visuelle	
	3		Les Interactive Media Designers CFC – développent et créent des messages en fonction du destinataire.	

Nr.	Semestre	Heures	Objectifs évaluateurs	Commentaires
1.1.3	1	40	<p>Appliquer les bases de l'espace, du corps et de la forme [C5] Les Interactive Media Designers CFC expliquent différents types de perspective (centrée, à 2 points de fuite, colorée, atmosphérique, signifiante) et les bases de la théorie des formes. Ils appliquent de manière pertinente et appropriée des procédés de représentation spatiale dans leur propre activité créative. Ils utilisent pour cela la représentation graphique adéquate.</p>	
1.1.4	3		<p>Utiliser les bases de la sémiologie [C6] Les Interactive Media Designers CFC décodent des messages en ce qui concerne le contenu, la forme et l'utilisation à l'aide de la terminologie spécialisée.</p>	
	4		<p>Ils jugent les caractéristiques de travaux de la création visuelle selon l'affirmation des contenus et l'expression créative.</p>	
1.1.5	1	60	<p>Comprendre la théorie des couleurs [C3] Les Interactive Media Designers CFC expliquent les règles de la théorie des couleurs et perçoivent consciemment la couleur comme dimension créative. Ils expliquent des modèles de couleurs et les lois du mélange des couleurs (additif/soustractif) et les contrastes de couleurs. Ils décrivent l'interaction entre les couleurs et leur tonalité. Ils utilisent la couleur comme instrument de navigation.</p>	
1.1.6	2	60	<p>Faire des projets d'illustrations/dessins [C5] Les Interactive Media Designers CFC – décrivent les techniques (manuelles et numériques), substances, domaines d'application de la couleur comme matériau et les utilisent – perçoivent des éléments formels et de représentation dans leurs effets (point, ligne, surface et espace) – identifient les proportions et les utilisent – saisissent les aspects de composition – développent des illustrations dans leurs différentes manifestations.</p>	
1.1.7	1	20	<p>Utiliser les bases de la typographie et de l'écriture [C6] Les Interactive Media Designers CFC – expliquent les bases et les règles typographiques et les utilisent correctement (Microtypographie) – décrivent l'histoire de l'écriture partant de ses origines jusqu'au présent – décrivent les formats de fonte numériques les plus importants et leur possibilités d'utilisation – expliquent les bases de la création de caractères</p>	

Nr.	Semestre	Heures	Objectifs évaluateurs	Commentaires
1.1.7	2	40	<p>Utiliser les bases de la typographie et de l'écriture [C6]</p> <p>Les Interactive Media Designers CFC</p> <ul style="list-style-type: none"> – développent et établissent leurs travaux créatifs avec des outils et des logiciels (Macrotypographie) – vérifient leurs travaux en ce qui concerne la lisibilité, le caractère, l'expression et l'effet – hiérarchisent et structurent des textes et les concrétisent en fonction du destinataire (Macrotypographie) – nomment les exigences par rapport à l'écriture pour les systèmes de communication numériques – utilisent la typographie/l'écriture comme instrument de navigation – apprécient les caractères à l'aide de la terminologie spécialisée et les attribuent à un système de classification (p.ex. ZHDK). 	
1.1.8	2	20	<p>Etablir des infographies [C5]</p> <p>Les Interactive Media Designers CFC développent et réalisent des travaux de création visuelle contenant des relations texte-image.</p>	
1.1.9	3	60	<p>Utiliser la photographie, l'optique et la lumière [C3]</p> <p>Les Interactive Media Designers CFC</p> <ul style="list-style-type: none"> – expliquent l'importance esthétique et sociale de la photographie – expliquent les exigences et les moyens auxiliaires pour la production d'images – décrivent les différents genres de photographie – utilisent les procédés de capture photographique, de travail des images, de profondeur de champ et d'éclairage – utilisent de manière autonome la photographie comme média de représentation – traitent les images avec les logiciels, moyens auxiliaires ou outils appropriés. (Retouches, équilibre technique – technische Bildoptimierung) – décrivent les températures de couleur des différentes sources d'éclairage 	
1.1.10	4	60	<p>Utiliser la vidéo/ l'audio [C5]</p> <p>Les Interactive Media Designers CFC</p> <ul style="list-style-type: none"> – expliquent l'importance esthétique et sociale de la production cinématographique, tv, vidéo et audio – décrivent les différents genres de production audio-visuelle – élaborent la narration et le scénario pour une production audio-visuelle (simple) – élaborent des instruments tels que story-board et plan de production et les utilisent dans la préproduction – enregistrent de manière autonome de la vidéo et du son en tenant compte des éléments de création, de mise en scène et d'éclairage – traitent des images vidéo et des sources audio avec des logiciels, moyens auxiliaires ou outils appropriés, de manière pertinente 	

Nr.	Semestre	Heures	Objectifs évaluateurs	Commentaires
1.1.11	4		Comprendre Corporate Identity, Corporate Design et la communication de marketing [C2] Les Interactive Media Designers CFC expliquent les termes Corporate Identity et Corporate Design et leur signification pour une entreprise ou une organisation. Ils expliquent les notions de base, le but et les instruments de la communication de marketing.	
1.1.12	1		Comprendre la propriété intellectuelle et le droit d'auteur [C3] En utilisant des sources ils respectent les dispositions légales et citent correctement leurs sources.	
	4		Les Interactive Media Designers CFC expliquent la notion de propriété intellectuelle et les dispositions centrales du droit d'auteur.	
1.2	Saisir et documenter les besoins du client et élaborer le cahier des charges			
Les Interactive Media Designers CFC mènent l'entretien avec le client de manière ciblée pour saisir les besoins du client. Ils les documentent et établissent un cahier des charges. Ils utilisent leurs connaissances et leur compréhension de la création visuelle.				
Nr.	Semestre	Heures	Objectifs évaluateurs	Commentaires
1.2.1	3	40	Comprendre la communication [C5] Les Interactive Media Designers CFC expliquent les formes de base et principes d'une communication efficace à l'aide d'un modèle de communication courant. Ils analysent des situations typiques de communication et classent de manière motivée des messages selon leur contenu affirmé.	
1.2.2	3		Comprendre l'entretien avec le client et de conseil [C2] Les Interactive Media Designers CFC décrivent les phases suivantes de l'entretien avec le client / entretien de conseil et les exigences spécifiques: <ul style="list-style-type: none"> – accueillir le client de manière professionnelle – écouter activement – analyser les besoins du client avec des questions pertinentes (questions q/q/q/c, technique de questionnement) – reconnaître les problèmes, les évaluer et conseiller activement – entrer en matière suite à d'éventuelles objections du client – conclure l'entretien / le conseil – prendre congé du client 	Accompagner des entretiens clients
1.2.3	3		Décrire le cahier des charges [C3] Les Interactive Media Designers CFC décrivent la structure, les contenus et les objectifs d'un cahier des charges.	

Nr	Semestre	Heures	Objectifs évaluateurs	Commentaires
1.2.3	4		Décrire le cahier des charges [C3] Pour des projets concrets ils établissent et gèrent leurs cahier des charges de façon claire et complète.	
1.4	Elaborer un plan d'idées et une ébauche de conception			
Les Interactive Media Designers CFC établissent des esquisses d'idées et utilisent des recherches créatives, de contenu et techniques et leur imagination. Ils développent de premières approches créatives pour une préconception et planifient les travaux.				
Nr	Semestre	Heures	Objectifs évaluateurs	Commentaires
1.4.1	3		Collecter et développer des idées [C5] Les Interactive Media Designers CFC collectent et développent des idées dans un processus créatif ouvert.	Selon briefing
1.4.2	3		Utiliser des techniques de visualisation [C5] Les Interactive Media Designers CFC utilisent des techniques visuelles appropriées pour visualiser leurs idées.	Selon briefing
1.4.3	3		Développer de premières approches créatives [C5] Les Interactive Media Designers CFC développent de premières approches créatives. Ils prennent en compte: <ul style="list-style-type: none"> – la concordance entre entreprise, valeurs, objectifs et message – la concordance entre le média et les groupes cible (étendue géographique / présence) Ils font un choix et le motivent.	
1.4.4	4		Etablir une préconception [C5] Les Interactive Media Designer CFC établissent, sur la base de leur sélection, une préconception claire et pertinente.	
1.4.5	4		Décrire les éléments d'une offre [C2] Les Interactive Media Designers CFC nomment les plus importants facteurs de coût d'un projet. Ils nomment les éléments d'une offre (coûts internes et externes) et expliquent les conditions légales.	
1.4.6	4		Décrire les objectifs et contraintes pour la planification du travail [C2] Les Interactive Media Designers CFC décrivent les buts et les exigences par rapport à une planification du travail orientée sur les objectifs.	

1.5 Présenter un plan d'idées et une ébauche de conception

Les Interactive Media Designers CFC préparent une présentation correspondant au mandat et au destinataire. Ils présentent leurs idées et la planification du travail de manière convaincante et les motivent. Ils utilisent leurs connaissances et leur compréhension de la création visuelle. Ils documentent clairement les accords et complètent, respectivement, modifient le cahier des charges.

Nr.	Semestre	Heures	Objectifs évaluateurs	Commentaires
1.5.1	4		Etablir la présentation [C3] Les Interactive Media Designers CFC décrivent les formes courantes de présentations. Ils expliquent les exigences face aux présentations correspondant aux destinataires et les établissent.	
1.5.2	4		Faire la présentation [C3] Les Interactive Media Designers CFC présentent leurs idées de manière convaincante et les motivent. Ils montrent les innovations spécifiques au projet.	

2 Développement de concepts pour des moyens de communication numériques interactifs

Par le développement de concepts, les attentes du client sont concrétisées. Pour cela les Interactive Media Designers CFC mènent des recherches détaillées sur le client, le marché cible et son contexte. Ils analysent les résultats et résumés de manière pertinente les points fixes pour le concept narratif. Ils établissent en fonction du mandat et du client un concept de contenu, de design et d'utilisation et les présentent d'une manière appropriée au destinataire.

2.1 Réaliser des recherches détaillées, analyser des résultats et les synthétiser de manière judicieuse

Les Interactive Media Designers CFC mènent des recherches détaillées, en analysent les résultats et définissent les points fixes pour le concept narratif. Ils utilisent leurs connaissances et leur compréhension de la création visuelle.

Nr.	Semestre	Heures	Objectifs évaluateurs	Commentaires
2.1.1	1	20	Mener des recherches [C5] Les Interactive Media Designers CFC mènent des recherches ciblées en fonction du projet, avec les moyens et les méthodes appropriés. Ils acquièrent de manière ciblée des informations sur les interrogations et problématiques résultant de la préconception.	
	2	20	Les Interactive Media Designers CFC mènent des recherches ciblées en fonction du projet, avec les moyens et les méthodes appropriés. Ils acquièrent de manière ciblée des informations sur les interrogations et problématiques résultant de la préconception.	
2.1.2	1		Analyser et évaluer les résultats de recherche [C6] Les Interactive Media Designers CFC évaluent le potentiel de contenu et créatif de la recherche au regard des objectifs du projet.	

Nr.	Semestre	Heures	Objectifs évaluateurs	Commentaires
2.1.2	2		Analyser et évaluer les résultats de recherche [C6] Les Interactive Media Designers CFC évaluent le potentiel de contenu et créatif de la recherche au regard des objectifs du projet.	
2.1.3	1	Définir les paramètres pour la suite du travail [C5] Les Interactive Media Designers CFC décrivent l'objectif, la structure et les contenus d'un concept de communication. Ils établissent un concept de communication spécifique au projet, pour la narration et la communication visuelle.		
	2	Les Interactive Media Designers CFC décrivent l'objectif, la structure et les contenus d'un concept de communication. Ils établissent un concept de communication spécifique au projet, pour la narration et la communication visuelle.		
2.2	Elaborer des concepts de contenu, de design et d'utilisation			
Les Interactive Media Designers CFC établissent les concepts et développent des idées, des projets, des variantes de Layout et des propositions concrètes qui du point de vue fonctionnel et /ou du projet sont novateurs. Ils utilisent leurs connaissances et leur compréhension de la création visuelle.				
Nr.	Semestre	Heures	Objectifs évaluateurs	Commentaires
2.2.1	3	80	Expliquer les contraintes par rapport aux contenus [C2] Les Interactive Media Designers CFC expliquent les contraintes par rapport aux contenus suivants: Contenus statiques – image – texte (typographie/caractères) – graphique 2D/3D – illustration	
	4	80	Les Interactive Media Designers CFC expliquent les contraintes par rapport aux contenus suivants: Contenus animés – image – texte (typographie /caractères) – graphique 2D/3D – illustration	

Nr.	Semestre	Heures	Objectifs évaluateurs	Commentaires
2.2.1	5	40	Expliquer les contraintes par rapport aux contenus [C2] Les Interactive Media Designers CFC expliquent les contraintes par rapport aux contenus suivants: Audio / vidéo Contraintes: <ul style="list-style-type: none"> – esthétiques (forme) – pratiques et techniques (fonctionnalité ; réalisabilité, usability dans la compréhension de l’user interface ; user experience) – standards éthiques, sociaux, culturels, écologiques et légaux 	
	6	40	Les Interactive Media Designers CFC expliquent les contraintes par rapport aux contenus suivants: Audio / vidéo Contraintes: <ul style="list-style-type: none"> – esthétiques (forme) – pratiques et techniques (fonctionnalité ; réalisabilité, usability dans la compréhension de l’user interface ; user experience) – standards éthiques, sociaux, culturels, écologiques et légaux 	
2.2.2	3	Expliquer les critères pour les moyens de communication [C2] Les Interactive Media Designers CFC expliquent les critères suivants pour l’établissement et le traitement de moyens de communication <ul style="list-style-type: none"> – apparence – structure – fonctionnalité technique – hiérarchie – navigation – utilisation – déroulement – diffusion – constantes et variables 		
2.2.3	3	Expliquer des directives et possibilités techniques des moyens de communication [C2] Les Interactive Media Designers CFC expliquent les directives et possibilités techniques de moyens de communication suivantes <ul style="list-style-type: none"> – présentation – possibilités et restrictions techniques – domaines d’utilisation / diffusion 		

Nr.	Semestre	Heures	Objectifs évaluateurs	Commentaires
2.2.4	4		<p>Développer des idées [C5] Les Interactive Media Designers CFC développent des idées fonctionnelles et/ou innovatrices en ce qui concerne</p> <ul style="list-style-type: none"> – le style visuel – les moyens numériques interactifs choisis – le comportement interactif et médiatique du public cible <p>Ils tiennent compte</p> <ul style="list-style-type: none"> – des exigences par rapport aux contenus – des critères pour les moyens de communication – des directives et possibilités techniques des moyens de communication 	
2.2.5	5		<p>Etablir des concepts [C5] Les Interactive Media Designer CFC expliquent les objectifs, contenus, structures et exigences pour les concepts suivants:</p> <ul style="list-style-type: none"> – concept de contenu – concept de déroulement (p.ex. storyboard) – concept de design: – langage créatif/expression visuelle – style créatif – concept d'utilisation (usability) – concept audio / vidéo <p>Ils établissent ces concepts en fonction du projet. Ils prennent en compte</p> <ul style="list-style-type: none"> – les exigences pour les contenus – les critères pour les moyens de communication – les directives et possibilités techniques des systèmes de communication 	
	6		<p>Les Interactive Media Designer CFC expliquent les objectifs, contenus, structures et exigences pour les concepts suivants:</p> <ul style="list-style-type: none"> – concept de contenu – concept de déroulement (p.ex. storyboard) – concept de design: – langage créatif/expression visuelle – style créatif – concept d'utilisation (usability) – concept audio / vidéo <p>Ils établissent ces concepts en fonction du projet. Ils prennent en compte</p> <ul style="list-style-type: none"> – les exigences pour les contenus – les critères pour les moyens de communication – les directives et possibilités techniques des systèmes de communication 	

Nr.	Semestre	Heures	Objectifs évaluateurs	Commentaires	
2.2.6	5		Développer des variantes de maquettes [C5] Les Interactive Media Designers CFC expliquent la fonction de variantes de maquettes. Ils développent en fonction du projet des variantes de maquettes innovatrices et uniques, à l'aide de techniques d'expression créative. Ils les évaluent et font un choix sur la base des exigences du projet.		
	6		Les Interactive Media Designers CFC expliquent la fonction de variantes de maquettes. Ils développent en fonction du projet des variantes de maquettes innovatrices et uniques, à l'aide de techniques d'expression créative. Ils les évaluent et font un choix sur la base des exigences du projet.		
2.2.7	5		Elaborer des propositions [C5] Les Interactive Media Designers CFC visualisent des propositions choisies de manière pertinente et convaincante. Ils choisissent une forme appropriée pour visualiser les idées.		
	6		Les Interactive Media Designers CFC visualisent des propositions choisies de manière pertinente et convaincante. Ils choisissent une forme appropriée pour visualiser les idées.		
2.3 Présenter des concepts de contenu, de design et d'utilisation					
Les Interactive Media Designers CFC établissent une présentation correspondant au mandat et au destinataire sous la forme appropriée. Ils présentent leurs concepts de manière convaincante et les motivent. Ils documentent clairement les accords et complètent, respectivement modifient le cahier des charges.					
Nr.	Semestre	Heures	Objectifs évaluateurs	Commentaires	
2.3.1	1		Etablir une présentation [C5] Les Interactive Media Designers CFC déterminent une forme appropriée de présentation du concept et établissent la présentation.		
2.3.2	1		Faire la présentation [C3] Les Interactive Media Designers CFC présentent les concepts de contenu, de design et d'utilisation de manière convaincante et les motivent. Ils montrent les innovations.		

3 Elaboration du design pour des moyens de communication numériques interactifs

Avec l'établissement de design pour des moyens de communication numériques interactifs, les exigences du client sont transformées en produits concrets. Pour cela, les Interactive Media Designers CFC planifient et organisent leurs travaux. Ils spécifient les contenus, design, fonctions et interactions pour des moyens de communication numériques interactifs selon le concept et les établissent. A cette fin, ils appliquent des techniques manuelles et utilisent le hardware et les logiciels appropriés, de même que leurs connaissances et leur compréhension de la création visuelle.

3.2 Spécifier et produire des contenus pour des moyens de communication numériques interactifs

Les Interactive Media Designers CFC spécifient des contenus pour des moyens de communication numériques interactifs selon le concept et les établissent. Pour cela ils appliquent des techniques manuelles et utilisent le hardware et les logiciels appropriés.

Nr.	Semestre	Heures	Objectifs évaluateurs	Commentaires
3.2.1	1	40	Spécifier et établir les contenus [C5] Les Interactive Media Designers CFC établissent de manière professionnelle les contenus suivants pour des moyens de communication: Contenus statiques – image – texte (typographie/ caractères)	
	2	40	Les Interactive Media Designers CFC établissent de manière professionnelle les contenus suivants pour des moyens de communication: Contenus statiques – graphique 2D	
	3	40	Les Interactive Media Designers CFC établissent de manière professionnelle les contenus suivants pour des moyens de communication: Contenus statiques – illustration Contenus animés – image – texte (typographie/ caractères)	
	4	40	Les Interactive Media Designers CFC établissent de manière professionnelle les contenus suivants pour des moyens de communication: Contenus animés – graphique 2D	

Nr.	Semestre	Heures	Objectifs évaluateurs	Commentaires
3.2.1	5	60	<p>Spécifier et établir les contenus [C5] Les Interactive Media Designers CFC établissent de manière professionnelle les contenus suivants pour des moyens de communication:</p> <p>Contenus statiques – graphique 3D</p> <p>Contenus animés – graphique 3D – illustration</p> <p>Audio / vidéo Ils utilisent de manière ciblée leurs connaissances de la création visuelle. Ils prennent en compte et intègrent les aspects et standards éthiques, sociaux, culturels, écologiques et légaux. [C5] les aspects et standards éthiques, sociaux, culturels, écologiques et légaux. [C5]</p>	
	6	60	Ils utilisent de manière ciblée leurs connaissances de la création visuelle.	
	7	100	<p>Les Interactive Media Designers CFC établissent de manière professionnelle les contenus suivants pour des moyens de communication:</p> <p>Contenus statiques – image – texte (typographie/ caractères) – graphique 2D – graphique 3D – illustration</p> <p>Contenus animés – image – texte (typographie/ caractères) – graphique 2D – graphique 3D – illustration</p> <p>Audio / vidéo Ils utilisent de manière ciblée leurs connaissances de la création visuelle. Ils prennent en compte et intègrent les aspects et standards éthiques, sociaux, culturels, écologiques et légaux. [C5] Ils utilisent de manière ciblée leurs connaissances de la création visuelle. Ils prennent en compte et intègrent les aspects et standards éthiques, sociaux, culturels, écologiques et légaux.</p>	

Nr.	Semestre	Heures	Objectifs évaluateurs	Commentaires
3.2.1	8	100	<p>Spécifier et établir les contenus [C5] Les Interactive Media Designers CFC établissent de manière professionnelle les contenus suivants pour des moyens de communication:</p> <p>Contenus statiques</p> <ul style="list-style-type: none"> – image – texte (typographie/ caractères) – graphique 2D – graphique 3D – illustration <p>Contenus animés</p> <ul style="list-style-type: none"> – image – texte (typographie/ caractères) – graphique 2D – graphique 3D – illustration <p>Audio / vidéo</p> <p>Ils utilisent de manière ciblée leurs connaissances de la création visuelle. Ils prennent en compte et intègrent les aspects et standards éthiques, sociaux, culturels, écologiques et légaux. (C5)</p> <p>Ils utilisent de manière ciblée leurs connaissances de la création visuelle.</p> <p>Ils prennent en compte et intègrent les aspects et standards éthiques, sociaux, culturels, écologiques et légaux.</p>	
3.3	Spécifier et élaborer le design pour les moyens de communication numériques interactifs			
	Les Interactive Media Designers CFC spécifient le design pour des moyens de communication numériques interactifs selon le concept et l'établissent. Pour cela ils appliquent des techniques manuelles et utilisent le hardware et les logiciels appropriés.			
3.3.1	3		<p>Spécifier et établir le design [C5] Les Interactive Media Designers CFC établissent, en fonction du projet, le design à partir des contenus. Ils tiennent compte des contraintes des concepts de contenu, design et d'utilisation.</p>	
	4		Ils prennent en compte, dans ces travaux, des principes de usability dans la compréhension des user interface et user experience.	
	5		Ils tiennent compte et intègrent les aspects et standards éthiques, sociaux, culturels, écologiques et légaux.	

Nr.	Semestre	Heures	Objectifs évaluateurs	Commentaires
3.3.1	7		<p>Spécifier et établir le design [C5] Les Interactive Media Designers CFC établissent, en fonction du projet, le design à partir des contenus.</p> <p>Ils tiennent compte des contraintes des concepts de contenu, design et d'utilisation. Ils prennent en compte, dans ces travaux, des principes de usability dans la compréhension des user interface et user experience. Ils tiennent compte et intègrent les aspects et standards éthiques, sociaux, culturels, écologiques et légaux.</p>	
	8		<p>Les Interactive Media Designers CFC établissent, en fonction du projet, le design à partir des contenus.</p> <p>Ils tiennent compte des contraintes des concepts de contenu, design et d'utilisation. Ils prennent en compte, dans ces travaux, des principes de usability dans la compréhension des user interface et user experience. Ils tiennent compte et intègrent les aspects et standards éthiques, sociaux, culturels, écologiques et légaux.</p>	
3.4 Spécifier et établir des fonctions pour des moyens de communication numériques interactifs				
Les Interactive Media Designers CFC spécifient des fonctions pour des moyens de communication numériques interactifs selon le concept et les établissent. Pour cela ils appliquent des techniques manuelles et utilisent le hardware et les logiciels appropriés et leur compréhension de la création visuelle.				
Nr.	Semestre	Heures	Objectifs évaluateurs	Commentaires
3.4.1	2		<p>Spécifier et établir les fonctions [C5] Les Interactive Media Designer CFC nomment les exigences techniques des moyens de communication et des systèmes de communication.</p>	
	3		Ils établissent une spécification pour la production des moyens de communication.	
	4		Ils tiennent compte, dans ces travaux, des principes de usability dans la compréhension de user interface et user experience.	
	7		Les Interactive Media Designer CFC nomment les exigences techniques des moyens de communication et des systèmes de communication. Ils établissent une spécification pour la production des moyens de communication. Ils tiennent compte, dans ces travaux, des principes de usability dans la compréhension de user interface et user experience.	
	8		Les Interactive Media Designer CFC nomment les exigences techniques des moyens de communication et des systèmes de communication. Ils établissent une spécification pour la production des moyens de communication. Ils tiennent compte, dans ces travaux, des principes de usability dans la compréhension de user interface et user experience.	

3.5 Spécifier et établir des interactions pour des moyens de communication numériques interactifs

Les Interactive Media Designers CFC spécifient des interactions pour des moyens de communication numériques interactifs selon le concept et les établissent. Pour cela ils appliquent des techniques manuelles et utilisent le hardware et les logiciels appropriés et leur compréhension de la création visuelle.

Nr.	Semestre	Heures	Objectifs évaluateurs	Commentaires
3.5.1	3		Spécifier et établir les interactions [C5] Les Interactive Media Designers CFC nomment en fonction des interactions les exigences pour les moyens de communication et les systèmes de communication.	
	4		Ils établissent une spécification pour la production de moyens de communication.	
	5		Ils tiennent compte, dans ces travaux, des principes de usability, dans la compréhension de user interface et user experience. Ils prennent en compte et intègrent les aspects et standards éthiques, sociaux, culturels, écologiques et légaux. [C5]	
	7		Les Interactive Media Designers CFC nomment en fonction des interactions les exigences pour les moyens de communication et les systèmes de communication. Ils établissent une spécification pour la production de moyens de communication. Ils tiennent compte, dans ces travaux, des principes de usability, dans la compréhension de user interface et user experience. Ils prennent en compte et intègrent les aspects et standards éthiques, sociaux, culturels, écologiques et légaux.	
	8		Les Interactive Media Designers CFC nomment en fonction des interactions les exigences pour les moyens de communication et les systèmes de communication. Ils établissent une spécification pour la production de moyens de communication. Ils tiennent compte, dans ces travaux, des principes de usability, dans la compréhension de user interface et user experience. Ils prennent en compte et intègrent les aspects et standards éthiques, sociaux, culturels, écologiques et légaux.	

3.7 Clore le projet

Les Interactive Media Designers CFC mènent un débriefing avec le mandataire et clôturent le projet du point de vue administratif. Ils documentent de manière claire et compréhensible leur processus d'apprentissage, avec les objectifs et résultats, dans leur dossier d'apprentissage.

Nr.	Semestre	Heures	Objectifs évaluateurs	Commentaires
3.7.3	1		Expliquer la documentation d'apprentissage [C2] Les Interactive Media Designers CFC expliquent la structure de même que le sens et l'utilité de la documentation d'apprentissage.	Les personnes en formation notent de manière systématique les travaux essentiels effectués, les compétences acquises et leurs expériences au sein de l'entreprise. Une fois par trimestre, les responsables de formation contrôlent et signent la documentation. Au moins une fois par semestre, ils s'entretiennent à ce sujet avec la personne en formation. La documentation d'apprentissage ainsi que la documentation liée aux cours interentreprises peuvent être consultées en tant que moyen auxiliaire lors de l'examen final portant sur la branche «travaux pratiques»