

## **Plan de formation relatif à l'ordonnance sur la formation professionnelle initiale de réalisateur / réalisatrice publicitaire avec certificat fédéral de capacité (CFC)**

### **Réalisateur publicitaire h/f avec Certificat Fédéral de Capacité (CFC)**

Date de publication: 01.10.2014

## Sommaire Plan de formation

Plan de formation, partie A - Compétences Opérationnelles	3
Classification des objectifs évaluateurs par niveaux de compétences (Niveaux K)	4
Compétences professionnelles	5
1. Conception et Conseil	5
2. Réalisation	9
3. Préparation du travail	13
4. Préimpression	21
5. Technique publicitaire	25
6. Montage	28
7. Sécurité au travail, protection de la santé et protection de l'environnement	30
Compétences méthodologiques	33
Compétences sociales et personnelles	34
Plan de formation, partie B - Tableau des périodes d'enseignement	35
Plan de formation, partie C - Cours Interentreprises	36
Plan de formation, partie D - Procédure de qualification	37
Approbation et entrée en vigueur	38
Annexe au plan de formation	39

## Plan de formation, partie A

### Compétences Opérationnelles

#### Réalisateur publicitaire h/f

##### Définitions

Les compétences professionnelles permettent aux réalisateurs publicitaires de résoudre les problèmes spécifiques de leur sphère professionnelle, de s'adapter aux changements des exigences et de maîtriser les nouvelles techniques.

Les compétences méthodologiques permettent aux réalisateurs publicitaires de travailler de manière ordonnée, de planifier leurs tâches, d'utiliser à bon escient les instruments disponibles et de résoudre les problèmes en fonction des objectifs.

Les compétences sociales et personnelles permettent aux réalisateurs publicitaires de construire des relations interpersonnelles et de maîtriser les défis dans les situations impliquant la communication et le travail d'équipe. Ils renforcent leur personnalité et œuvrent à leur propre développement.

Les objectifs professionnels et exigences propres à la formation de réalisateur publicitaire sont articulés sur trois niveaux: objectifs généraux, objectifs particuliers et objectifs évaluateurs. En atteignant les objectifs évaluateurs, les réalisateurs publicitaires acquièrent les compétences méthodologiques, sociales et personnelles qu'ils doivent avoir.

Les objectifs généraux décrivent de manière générale quels sont les domaines thématiques de la formation professionnelle. On précise également pourquoi ces domaines sont importants. Les objectifs généraux sont les mêmes pour tous les lieux de formation.

Les objectifs particuliers traduisent un objectif général en comportement que les personnes en formation doivent observer dans des situations déterminées. Ils concrétisent ce qui doit être appris. Les objectifs particuliers sont les mêmes pour tous les lieux de formation.

Les objectifs évaluateurs décrivent les compétences professionnelles spécifiques. Les objectifs évaluateurs se réfèrent à des lieux de formation déterminés.

Tout objectif évaluateur est rattaché à ce qu'on appelle un niveau K qui exprime le niveau d'exigence de l'objectif considéré.

## Classification des objectifs évaluateurs par niveaux de compétences (Niveaux K)

### K1 (savoir)

Les réalisateurs publicitaires répètent par cœur ce qu'ils ont appris. Exemple: ils connaissent par cœur les caractères et les matériaux pour la calligraphie. Ils répètent leur savoir comme ils l'ont appris.

### K2 (compréhension)

Les réalisateurs publicitaires ont bien compris une certaine matière. Exemple: ils savent expliquer à un profane la différence entre écriture manuscrite, calligraphie et caractères d'écriture. Il ne suffit pas d'apprendre par cœur, il faut comprendre la matière.

### K3 (application)

Les réalisateurs publicitaires transposent ce qu'ils ont appris sur une situation nouvelle, ils appliquent leurs connaissances. Exemple: définir l'exacte position de montage à l'aide d'instruments de mesure. Les connaissances acquises doivent pouvoir être adaptées aux différentes situations pratiques.

### K4 (analyse)

Les réalisateurs publicitaires analysent un cas de figure, une situation complexe ou un système et en déduisent de manière autonome les structures et les principes essentiels, sans avoir pu se familiariser avec la question auparavant.

Exemple: lors de la production, reconnaître les risques possibles.

Il s'agit d'analyser un système inconnu et complexe.

### K5 (synthèse)

Les réalisateurs publicitaires mettent en relation, de manière constructive, plusieurs circonstances, notions, idées et méthodes apprises durant la formation, afin de résoudre un problème. Exemple: mise en place d'un concept intégral formulé de manière claire et précise.

Combiner plusieurs facteurs différents pour créer quelque chose de nouveau.

### K6 (évaluation)

Les réalisateurs publicitaires se forment un jugement sur une situation de fait complexe et multifacettes et justifient leur point de vue sur la base de critères donnés ou développés par eux.

Exemple: proposer les variantes de solutions les mieux adaptées en fonction des critères suivants: faisabilité, harmonie avec les besoins du client et du groupe cible, effet.

Les réalisateurs publicitaires doivent pouvoir se faire une opinion propre sur une question complexe et savoir la défendre.

## Compétences professionnelles

### 1 Conception et conseil

#### Objectif général

En publicité chaque produit est conçu et créé spécialement pour le client compte tenu des exigences liées au mandat concerné. La partie conseil assume ainsi une importance clé. Les différentes phases du travail sont en effet définies dans le cadre de la discussion initiale avec le client.

L'analyse précise de la situation de départ est fondamentale. Il est essentiel que les réalisateurs publicitaires sachent mettre en lumière les besoins du client.

À partir de cette analyse, les réalisateurs publicitaires seront en mesure de développer des idées et des éléments de solution, à l'aide de techniques de créativité. Ensuite, ces idées seront examinées et évaluées en fonction de leur faisabilité. Lors de cette étape, il est primordial que les réalisateurs publicitaires se mettent dans la position du client et de son public ciblé. Ainsi, ils pourront sélectionner les solutions les mieux adaptées aux besoins du client, et les intégrer dans leur concept.

Une fois préparé, le projet sera présenté et illustré dans tous ses aspects de manière professionnelle. Il faut pouvoir expliquer le pourquoi des choix retenus et des parties de l'offre qui s'y rapportent. Les différentes propositions seront ensuite examinées avec le client, ajustées au besoin et fixées de manière définitive.

Pour identifier la solution optimale pour chaque client, la formation met l'accent sur les principes fondamentaux d'une conception réussie ainsi que sur le conseil.

Compétences méthodologiques: techniques de travail et résolution des problèmes; approche interdisciplinaire et action axée sur les processus; méthodes de conseil et de vente; stratégies d'information et de communication: techniques de créativité; techniques de présentation; stratégies d'apprentissage.

Compétences sociales et personnelles: autonomie et responsabilité; travail précis; apprentissage tout au long de la vie; aptitude à la communication; aptitude à gérer les conflits; aptitude au travail en équipe; civilité; résistance physique et psychique.

#### Objectif particulier

- 1.1 **Les réalisateurs publicitaires captent, analysent et visualisent les besoins du client. Ils posent les questions appropriées à cet effet et formulent des solutions possibles.**

#### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
1.1.1	reconnaître le décideur chez le client.	K3	X	X	X
1.1.2	expliquer la démarche, en des termes accessibles à un profane, lors de la préparation de l'entrevue avec le client.	K2			X
1.1.3	expliquer, en des termes accessibles à un profane, les facteurs principaux propres au client et à la mission et leur incidence sur la préparation de l'entrevue.	K2			X
1.1.5	expliquer à un profane l'importance des facteurs suivants dans la relation avec le client: <ul style="list-style-type: none"> <li>• ponctualité</li> <li>• première impression</li> <li>• style vestimentaire</li> <li>• salutation</li> <li>• gestuelle, communication non verbale</li> </ul>	K2			X
1.1.6	programmer le voyage de façon à arriver à l'heure chez le client.	K3	X		X
1.1.7	s'habiller correctement (selon les attentes du client).	K3	X		X

1.1.8	saluer le client avec assurance et cordialement.	K <sub>3</sub>	X		X
1.1.9	appliquer les règles essentielles de la communication verbale et non verbale d'une façon adaptée à l'interlocuteur (client).	K <sub>3</sub>	X		X
1.1.10	visualiser les besoins du client, spontanément et de manière compréhensible.	K <sub>3</sub>	X		X
1.1.11	utiliser les moyens de communication suivants de manière professionnelle et dans le sens des besoins du client: <ul style="list-style-type: none"> <li>• courrier postal</li> <li>• fax</li> <li>• courrier électronique</li> <li>• téléphone</li> </ul>	K <sub>3</sub>	X		X

### Objectif particulier

1.2 réalisateurs publicitaires documentent les points essentiels de la situation de départ.

#### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
1.2.1	expliquer à un profane les points essentiels de la situation initiale.	K <sub>2</sub>			X
1.2.2	illustrer la situation de départ de manière complète et compréhensible.	K <sub>3</sub>	X		

### Objectif particulier

1.3 Les réalisateurs publicitaires présentent et motivent de manière professionnelle les propositions et les offres qu'ils ont élaborées.

#### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
1.3.1	expliquer à un profane les possibilités des propositions et des offres qu'ils ont élaborées.	K <sub>2</sub>		X	
1.3.2	citer de mémoire les prix des matériaux les plus courants.	K <sub>1</sub>	X		
1.3.3	effectuer un calcul basé sur des valeurs spécifiées.	K <sub>2</sub>		X	X
1.3.4	présenter les propositions et les offres élaborées de manière attractive.	K <sub>5</sub>		X	X

## Objectif particulier

- 1.4 Les réalisateurs publicitaires discutent, optimisent et définissent les projets présentés d'un commun accord avec le client.

### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
1.4.1	discuter et optimiser les propositions élaborées avec le client et consigner les résultats.	K3	X		
1.4.2	expliquer à un profane pourquoi le „bon pour exécution“ doit être demandé au client.	K2	X		
1.4.3	documenter de manière compréhensible toutes les données de production importantes.	K3	X		

## Objectif particulier

- 1.5 Les réalisateurs publicitaires cherchent et trouvent des idées à l'aide de techniques de créativité appropriées.

### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
1.5.1	expliquer au profane la notion de «créativité».	K2		X	
1.5.2	expliquer au profane les conditions essentielles à la base du travail créatif.	K2		X	
1.5.3	trouver les informations appropriées en vue d'une recherche d'idées.	K5		X	
1.5.4	expliquer au profane les conditions cadres permettant de travailler dans une ambiance détendue.	K2		X	
1.5.5	créer les conditions générales à la base d'une ambiance détendue.	K3	X		
1.5.6	expliquer au profane l'importance du team pour le processus de créativité.	K2		X	X
1.5.7	expliquer au profane les techniques courantes de créativité.	K2		X	
1.5.8	développer des idées créatrices au moyen de trois des techniques de créativité les plus courantes.	K5		X	X
1.5.9	fixer les idées et les approches de solution qui ont été élaborées au moyen de méthodes appropriées.	K3		X	X

## Objectif particulier

- 1.6 Les réalisateurs publicitaires contrôlent la faisabilité des idées et s'assurent qu'elles correspondent aux besoins du client et du marché. Sur cette base ils sélectionnent les idées les mieux adaptées au client.

### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
1.6.1	expliquer au profane la notion de «marketing».	K2			
1.6.2	expliquer par un exemple le sens et le but du marketing.	K2			
1.6.3	expliquer au profane les 4 instruments du marketing-mix.	K2			
1.6.4	expliquer au profane leur rôle dans le cadre du marketing.	K2			
1.6.5	élaborer, à l'aide de cas de figure simples, des mesures pour les instruments de marketing suivants: <ul style="list-style-type: none"> <li>• produit</li> <li>• prix</li> <li>• distribution</li> </ul>	K3		X	
1.6.6	illustrer au profane une méthode permettant de juger du bien-fondé d'une idée.	K2		X	X
1.6.7	par des exemples, et à l'aide d'une méthode d'évaluation, sélectionner les idées les mieux appropriées.	K4		X	X

## Objectif particulier

- 1.7 Les réalisateurs publicitaires établissent un concept pour les idées les mieux adaptées. Ce concept précise la situation de départ, les objectifs, les solutions et la planification.

### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
1.7.1	expliquer à un profane les 4 éléments principaux suivants d'un concept: <ul style="list-style-type: none"> <li>• situation de départ</li> <li>• objectifs</li> <li>• idée</li> <li>• planification et organisation</li> </ul>	K2	X		
1.7.2	formuler, à l'aide d'exemples simples, un concept complet qui parle de lui-même.	K3	X		
1.7.3	établir un concept complet qui parle de lui-même.	K5		X	X



## 2 Réalisation

### Objectif général

Sur la base du concept, on élabore le projet concret du produit à offrir. La manière d'interpeller le public cible est un facteur décisif pour le succès du produit. La meilleure formule est celle conçue sur mesure pour le public concerné. Pour y parvenir, les réalisateurs publicitaires devront faire montre de créativité et ébaucher d'abord quelques variantes avant de passer à l'élaboration d'un projet complet qui tienne compte des attentes du client et du public cible.

Une des parties importantes du programme de formation porte sur les procédés permettant de concrétiser les idées en leur donnant la forme qui convient.

Compétences méthodologiques: techniques de travail et résolution des problèmes; approche interdisciplinaire et action axée sur les processus; méthodes de conseil et de vente; stratégies d'information et de communication: techniques de créativité; techniques de présentation; stratégies d'apprentissage.

Compétences sociales et personnelles: autonomie et responsabilité; apprentissage tout au long de la vie; aptitude à la communication; aptitude à gérer les conflits; aptitude au travail en équipe; civilité; résistance physique et psychique.

### Objectif particulier

- 2.1 Les réalisateurs publicitaires analysent le concept et tirent au clair les questions éventuelles.

#### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
2.1.1	expliquer à un profane les 3 étapes du déroulement du projet (ébauche, choix, réalisation du projet).	K2		X	
2.1.2	expliquer à un profane le contenu d'un concept donné.	K3		X	X
2.1.3	représenter le contenu d'un concept donné sous forme de mind-map.	K3		X	X
2.1.4	désigner correctement les aspects d'un concept donné qui sont essentiels pour la réalisation.	K3		X	X
2.1.5	indiquer les informations qui sont nécessaires pour l'élaboration du projet mais qui font défaut dans le concept donné.	K4		X	X

## Objectif particulier

### 2.2 Les réalisateurs publicitaires ébauchent au départ des solutions créatives.

#### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
2.2.1	choisir l'instrument de dessin le mieux adapté pour les idées qu'il s'agit d'ébaucher.	K3		X	
2.2.2	manier correctement les techniques de base du dessin.	K3	X	X	
2.2.3	expliquer, sur la base d'un exemple donné, les effets des éléments de forme suivants: <ul style="list-style-type: none"> <li>• point</li> <li>• ligne</li> <li>• surface</li> <li>• figure</li> <li>• combinaison des quatre éléments de forme</li> </ul>	K3		X	
2.2.4	utiliser les éléments de forme ci-après, de manière à obtenir les effets voulus en fonction du concept de base: <ul style="list-style-type: none"> <li>• point</li> <li>• ligne</li> <li>• surface</li> <li>• figure</li> </ul>	K5		X	
2.2.5	expliquer les effets des techniques opérationnelles ci-après sur la base d'un exemple donné: <ul style="list-style-type: none"> <li>• symétrie et asymétrie</li> <li>• contraste</li> <li>• rythme et structure (articulation)</li> <li>• proportions</li> </ul>	K3		X	
2.2.6	appliquer correctement les règles de proportion arithmétiques.	K3		X	
2.2.7	utiliser les techniques opérationnelles ci-après de manière à obtenir les effets voulus en fonction du concept de base: <ul style="list-style-type: none"> <li>• symétrie et asymétrie</li> <li>• contraste</li> <li>• rythme et structure (articulation)</li> <li>• proportions</li> </ul>	K5	X	X	X
2.2.8	expliquer à un profane les principes de la sémiotique.	K2		X	
2.2.9	expliquer par un exemple les effets des éléments expressifs suivants: <ul style="list-style-type: none"> <li>• écriture et texte</li> <li>• forme</li> <li>• image</li> </ul>	K2		X	
2.2.10	combinaison des éléments expressifs ci-après de manière à obtenir les effets voulus en fonction du concept de base: <ul style="list-style-type: none"> <li>• écriture et texte</li> <li>• forme</li> <li>• image</li> </ul>	K5	X	X	X
2.2.11	ébaucher des idées de manière spontanée et compréhensible.	K5	X	X	X

## Objectif particulier

- 2.3 Les réalisateurs publicitaires examinent les premières ébauches de solution d'un œil critique pour en vérifier la faisabilité et la concordance avec les attentes du client et du groupe cible. Ils choisissent ensuite les variantes à retenir.

### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
2.3.1	examiner les ébauches de solution quant au respect des principes de réalisation.	K3		X	X
2.3.2	sur la base d'exemples simples, sélectionner les ébauches de solution les mieux appropriées en regard des critères ci-après: <ul style="list-style-type: none"> <li>• faisabilité</li> <li>• portée, effet</li> </ul>	K4		X	X
2.3.3	choisir les ébauches de solution les mieux appropriées en regard des critères ci-après: <ul style="list-style-type: none"> <li>• faisabilité</li> <li>• portée, effet</li> </ul>	K6	X		

## Objectif particulier

- 2.4 Les réalisateurs publicitaires transforment les ébauches de solution retenues en projet de produit concret, en respectant les principes de réalisation et en tenant compte des besoins du groupe cible.

### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
2.4.1	expliquer à un profane l'origine de l'écriture.	K2		X	
2.4.2	expliquer à un profane les étapes essentielles de la formation de l'écriture.	K2		X	
2.4.3	expliquer à un profane la signification socio-politique de l'écriture dans le passé et à notre époque.	K2		X	
2.4.4	classer correctement une typographie donnée comme appartenant à une catégorie usuelle.	K1		X	
2.4.5	désigner correctement la catégorie d'une typographie courante.	K1	X	X	
2.4.6	désigner correctement la catégorie d'une typographie donnée et le style (gras, italique...) au moyen d'instruments appropriés.	K3	X	X	
2.4.7	faire de la calligraphie avec les moyens appropriés.	K3		X	
2.4.8	expliquer à un profane la différence entre écriture manuscrite, calligraphie et dessin de lettres.	K2	X	X	
2.4.9	construire correctement une linéale (Linear-Antiqua).	K3		X	
2.4.10	dessiner correctement une écriture calligraphique avec une touche personnelle.	K3		X	
2.4.11	reproduire la forme et le volume de l'objet à représenter en respectant les mesures.	K3	X	X	
2.4.12	créer la grille de base (raster) sur la base d'une esquisse.	K3	X	X	

2.4.13	intégrer les éléments suivants du motif sur la base de l'esquisse: <ul style="list-style-type: none"> <li>• écriture et texte</li> <li>• forme</li> <li>• image</li> </ul>	K3	X	X	
2.4.14	expliquer à un profane la différence entre les couleurs suivantes: <ul style="list-style-type: none"> <li>• lumineuses (mélange additif de couleurs – additive mixing)</li> <li>• opaques (mélange soustractif de couleurs - subtractive)</li> </ul>	K2	X		
2.4.15	appliquer correctement les mélanges de couleurs additifs et soustractifs.	K3	X	X	
2.4.16	expliquer à un profane les systèmes de couleurs les plus fréquents et leurs applications.	K2	X	X	
2.4.17	expliquer les effets des différentes couleurs sur la base d'exemples donnés.	K3	X		
2.4.18	expliquer les effets des différentes combinaisons de couleurs sur la base d'exemples donnés.	K3	X		
2.4.19	choisir les couleurs de manière à obtenir les effets rendant bien l'idée de base.	K5	X	X	
2.4.20	choisir les couleurs en fonction de l'espace et du budget disponibles.	K3	X	X	
2.4.21	élaborer les éléments suivants du motif suffisamment en détail pour que les effets obtenus soient conformes à l'idée de base: <ul style="list-style-type: none"> <li>• écriture et texte</li> <li>• forme</li> <li>• image</li> </ul>	K5	X	X	
2.4.22	expliquer à un profane les parties constitutives et le fonctionnement d'un appareil photo.	K2	X		
2.4.23	utiliser un appareil photo avec objectif et accessoires de manière professionnelle.	K3	X	X	
2.4.24	appliquer correctement les règles suivantes de la photographie: <ul style="list-style-type: none"> <li>• éclairage</li> <li>• objet / perspective</li> </ul>	K3	X	X	
2.4.25	utiliser de manière professionnelle les films et les supports de données.	K3	X	X	

### Objectif particulier

- 2.5 Les réalisateurs publicitaires préparent la présentation du projet de produit auprès du client.

### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
2.5.1	organiser les arguments pour justifier les solutions proposées.	K5	X	X	X
2.5.2	résumer les solutions proposées et leurs informations relatives dans un dossier structuré.	K3	X		X

### 3 Préparation du travail

#### Objectif général

La préparation du travail est un élément fondamental qui va permettre d'accomplir un travail de haute qualité, de manière efficace et dans les délais, conformément à la mission et au mandat du client.

Il est indispensable que les réalisateurs publicitaires préparent toutes les informations et pièces nécessaires pour les autorisations, la préimpression, la production et le montage. Ainsi, il sera possible de choisir les matériaux et les instruments de travail et de programmer les tâches. En ce qui concerne les fournitures de l'extérieur, il est important que les produits et les services en provenance de tiers soient bien conformes à ce qui a été demandé.

Pour une exécution des commandes qualitative, efficace et respectant les consignes déterminées lors de la phase de préparation des travaux, les décisions commerciales sont prises conjointement. Ces décisions doivent être prises en considération par les réalisateurs publicitaires et intégrer l'ensemble du processus de préparation.

Pour connaître un succès durable, les réalisateurs publicitaires doivent continuellement s'informer quant aux dernières tendances en matière de technologies publicitaires.

Pour leur culture personnelle, mais aussi pour pouvoir être en mesure d'accueillir des apprentis, les réalisateurs publicitaires doivent aussi impérativement être au fait de l'organisation de la profession ainsi que des évolutions du métier.

Vu l'importance de la phase de préparation, le cycle de formation lui consacre l'importance qu'elle mérite.

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

Compétences sociales et personnelles: autonomie et responsabilité; précision du travail ; apprentissage tout au long de la vie; aptitude à la communication; aptitude à gérer les conflits; aptitude au travail en équipe; civilité; résistance physique et psychique.

#### Objectif particulier

- 3.1 Les réalisateurs publicitaires sont conscients de l'importance de la phase de préparation du travail pour pouvoir fournir un travail de haute qualité, de manière efficace , fiable et dans les délais, conformément à la mission et au mandat du client.**

#### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
3.1.1	expliquer à un profane le déroulement de la préparation du travail.	K2		X	
3.1.2	expliquer à un profane les erreurs possibles en matière de préparation du travail et les répercussions sur les points suivants: <ul style="list-style-type: none"> <li>• qualité</li> <li>• efficacité et coûts</li> <li>• maintien des délais</li> </ul>	K2		X	
3.1.3	expliquer à un profane l'utilité d'une préparation du travail faite de manière professionnelle en ce qui concerne les aspects suivants: <ul style="list-style-type: none"> <li>• satisfaction du client</li> <li>• existence de l'entreprise</li> <li>• satisfaction des collaborateurs</li> </ul>	K2	X	X	

## Objectif particulier

- 3.2 Les réalisateurs publicitaires observent les prescriptions en vigueur et se procurent toutes les autorisations nécessaires.

### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
3.2.1	définir correctement, à l'aide d'instruments appropriés, les bases légales applicables à la publicité/ aux informations prévues ou envisagées.	K3		X	
3.2.2	expliquer à un profane le pourquoi des principales contraintes et Restrictions concernant la publicité et l'information.	K2	X	X	
3.2.3	au moyen d'exemples, déterminer de manière précise, en fonction du contexte juridique, les contraintes à observer en matière de publicité et d'information.	K3		X	
3.2.4	dire quelle est la personne ou l'autorité compétente pour délivrer une autorisation déterminée.	K3	X		
3.2.5	expliquer à un profane les démarches à entreprendre pour obtenir une autorisation.	K2		X	
3.2.6	obtenir une autorisation dans les règles.	K3	X		
3.2.7	dans le cadre d'un cas d'espèce simple, motiver une demande d'autorisation face à la personne ou l'autorité compétente, par de solides arguments.	K3		X	

## Objectif particulier

- 3.3 Les réalisateurs publicitaires se procurent, vérifient et établissent toute la documentation nécessaire pour les autorisations, la préimpression, la production et le montage.

### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
3.3.1	expliquer à un profane quelles sont la documentation et les informations requises pour les étapes suivantes: <ul style="list-style-type: none"> <li>• autorisations</li> <li>• préimpression</li> <li>• production</li> <li>• montage</li> </ul>	K2		X	
3.3.2	pour une commande client donnée, déterminer correctement les sources d'informations et de documentation nécessaires.	K3	X		
3.3.3	pour une commande client donnée, obtenir promptement les informations et la documentation nécessaires.	K3	X		
3.3.4	pour une commande client donnée, vérifier les informations et les pièces disponibles pour s'assurer qu'elles soient complètes et correspondent aux exigences.	K3	X		
3.3.5	pour une commande client donnée, établir une liste complète des spécifications requises.	K3	X		
3.3.6	établir un plan d'exécution pour une commande client donnée.	K5	X		
3.3.7	utiliser correctement un support d'archivage complet et structuré, manuel ou digital.	K3		X	

3.3.8	établir un dossier complet et structuré pour une commande client donnée.	K <sub>3</sub>	X		
3.3.9	archiver de manière complète et structurée la documentation digitale (électronique) en relation avec une commande client.	K <sub>3</sub>	X		

## Objectif particulier

- 3.4 Les réalisateurs publicitaires choisissent les matériaux et les procédés de fabrication et de fixation appropriés pour l'exécution de leur mission.**

## Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
3.4.1	expliquer à un profane les éléments essentiels de chimie: <ul style="list-style-type: none"> <li>• atome</li> <li>• système périodique des éléments</li> <li>• combinaisons chimiques</li> <li>• mélange</li> <li>• éléments essentiels et leurs combinaisons</li> <li>• acides</li> <li>• alcalins</li> <li>• sels</li> <li>• air</li> <li>• eau</li> </ul>	K <sub>2</sub>		X	
3.4.2	expliquer à un profane les éléments physiques essentiels: <ul style="list-style-type: none"> <li>• unités de mesure</li> <li>• volume</li> <li>• masse</li> <li>• densité</li> <li>• forces</li> <li>• propriétés mécaniques des solides</li> <li>• dynamique</li> <li>• travail et énergie</li> <li>• puissance</li> <li>• liquides</li> <li>• gaz</li> <li>• chaleur</li> <li>• acoustique</li> <li>• optique (y compris les organes optiques)</li> </ul>	K <sub>2</sub>		X	
3.4.3	tirer correctement parti des lois de la physique en relation avec: <ul style="list-style-type: none"> <li>• unités de mesure</li> <li>• volumes</li> <li>• masse</li> <li>• densité</li> <li>• forces</li> <li>• liquides</li> <li>• chaleur</li> <li>• optique (y compris les organes optiques)</li> </ul>	K <sub>3</sub>	X	X	
3.4.4	expliquer à un profane les principes suivants de l'électrotechnique: <ul style="list-style-type: none"> <li>• notions de base</li> <li>• production de tension</li> <li>• production de courant</li> <li>• effet du courant électrique</li> <li>• appareils électriques et leur puissance</li> <li>• travail électrique et frais d'électricité</li> <li>• types de courant</li> <li>• distribution de l'énergie électrique</li> <li>• magnétisme</li> <li>• induction</li> <li>• moteurs électriques</li> <li>• pannes des circuits électriques</li> </ul>	K <sub>2</sub>		X	

3.4.5	se servir correctement et de manière sûre des principes suivants de l'électrotechnique: <ul style="list-style-type: none"> <li>notions de base</li> <li>production de courant</li> <li>effet du courant électrique</li> <li>appareils électriques et leur puissance</li> <li>travail électrique et frais d'électricité</li> <li>types de courant</li> <li>distribution de l'énergie électrique</li> <li>magnétisme</li> <li>moteurs électriques</li> <li>défauts des circuits électriques</li> </ul>	K3	X	X	
3.4.6	expliquer à un profane les propriétés des matériaux suivants: <ul style="list-style-type: none"> <li>métaux</li> <li>matières plastiques</li> <li>matériaux composites</li> <li>céramique, verre, pierre</li> <li>bois et matières ligneuses</li> <li>transparents</li> <li>papier et carton</li> </ul>	K2		X	
3.4.7	énumérer par cœur les principaux matériaux des groupes mentionnés au point 3.4.4.6.	K1		X	
3.4.8	ranger un matériel donné à son groupe d'appartenance selon 3.4.4.6.	K2	X	X	
3.4.9	expliquer à un profane les domaines d'application des matériaux suivants: <ul style="list-style-type: none"> <li>métaux</li> <li>matières synthétiques (plastiques)</li> <li>matériaux composites</li> <li>céramique, verre, pierre</li> <li>bois et matières ligneuses</li> <li>transparents</li> <li>papier et carton</li> </ul>	K2	X	X	
3.4.10	définir correctement, sur la base d'exemples complexes, les facteurs décisifs dans le choix des matériaux.	K4		X	
3.4.11	classifier les matériaux optimaux sur la base d'exemples complexes.	K5		X	
3.4.12	définir correctement les facteurs déterminants pour le choix des matériaux, en relation avec une commande client donnée.	K4	X		
3.4.13	classifier les matériaux optimaux sur la base d'exemples simples.	K5	X		
3.4.14	expliquer à un profane le fonctionnement des techniques de fabrication suivantes: <ul style="list-style-type: none"> <li>technologies d'impression</li> </ul>	K2		X	X
3.4.15	expliquer à un profane le fonctionnement des techniques de fabrication suivantes: <ul style="list-style-type: none"> <li>techniques d'application</li> <li>technologies de découpe</li> <li>technologies de fraisage</li> <li>technologies de déformation</li> <li>technologies de perçage</li> <li>technologies d'estampage</li> <li>technologies de soudage</li> <li>technologies à jet d'eau</li> <li>technologies Laser</li> <li>technologies d'abrasion</li> <li>protection antirouille et des métaux</li> <li>technologies combinées</li> </ul>	K2		X	
3.4.16	expliquer à un profane les domaines d'application ainsi que les avantages et inconvénients des techniques de fabrication suivantes: <ul style="list-style-type: none"> <li>technologies d'impression</li> </ul>	K2	X	X	X



3.4.17	expliquer à un profane les domaines d'application ainsi que les avantages, inconvénients et risques des techniques de fabrication suivantes: <ul style="list-style-type: none"> <li>• techniques d'application</li> <li>• technologies de découpe</li> <li>• technologies de fraisage</li> <li>• technologies de déformation</li> <li>• technologies de perçage</li> <li>• technologies d'estampage</li> <li>• technologies de soudage</li> <li>• technologies à jet d'eau</li> <li>• technologies Laser</li> <li>• technologies d'abrasion</li> <li>• protection antirouille et des métaux</li> <li>• technologies combinées</li> </ul>	K2	X	X	
3.4.18	définir correctement, sur la base d'exemples complexes, les facteurs décisifs dans le choix des techniques de fabrication.	K4		X	
3.4.19	mettre en évidence les meilleures techniques de production, à partir d'exemples simples.	K4		X	
3.4.20	déterminer correctement les facteurs décisifs du choix des techniques de fabrication pour une commande de client donnée.	K4	X		
3.4.21	définir, pour une commande client donnée, la méthode de production optimale.	K5	X		
3.4.22	expliquer à un profane le fonctionnement des techniques de fixation suivantes: <ul style="list-style-type: none"> <li>• visser</li> <li>• cheviller</li> <li>• clouer</li> <li>• riveter</li> <li>• coller</li> <li>• systèmes de fixation</li> </ul>	K2		X	
3.4.23	expliquer à un profane les domaines d'utilisation ainsi que les différents avantages et inconvénients de chacune des techniques de fixation suivants: <ul style="list-style-type: none"> <li>• visser</li> <li>• cheviller</li> <li>• clouer</li> <li>• riveter</li> <li>• coller</li> <li>• systèmes de fixation</li> </ul>	K2	X	X	
3.4.24	déterminer correctement, sur la base d'exemples complexes, les facteurs décisifs dans le choix des techniques de fixation.	K4		X	
3.4.25	déterminer les techniques de fixation optimales au moyen d'exemples simples.	K2		X	
3.4.26	déterminer correctement les facteurs décisifs dans le choix des techniques de fixation pour une commande client déterminée.	K4	X		
3.4.27	déterminer les techniques de fixation optimales pour une commande client déterminée.	K4	X		

### Objectif particulier

- 3.5 Les réalisateurs publicitaires établissent un plan détaillé du travail à accomplir et des délais à respecter.

#### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
3.5.1	définir les phases de travail nécessaires pour une commande client donnée.	K <sub>3</sub>	X		
3.5.2	évaluer le temps nécessaire pour les différentes phases de travail.	K <sub>3</sub>	X		
3.5.3	examiner si les phases de travail nécessaires peuvent être accomplies à l'intérieur de l'entreprise.	K <sub>3</sub>	X		
3.5.4	examiner si les travaux qu'on ne peut pas faire à l'intérieur peuvent être confiés à des tiers.	K <sub>3</sub>	X		
3.5.5	établir un planning réaliste pour l'exécution d'une commande client donnée, qui tienne compte des besoins du client.	K <sub>3</sub>	X		

### Objectif particulier

- 3.6 Les réalisateurs publicitaires s'assurent lors des commandes aux fournisseurs que les matériaux et les services fournis par les tiers soient disponibles au bon moment dans la quantité et qualité voulues.

#### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
3.6.1	se procurer des offres auprès de tiers pour les matériaux et les services.	K <sub>3</sub>	X		
3.6.2	commander aux tiers des matériaux et des services répondant aux spécifications prévues.	K <sub>3</sub>	X		
3.6.3	contrôler que les matériaux commandés soient livrés dans les délais.	K <sub>3</sub>	X		
3.6.4	veiller à ce que les services des tiers soient effectués au bon moment.	K <sub>3</sub>	X		
3.6.5	s'assurer, sur la base des commandes, que le matériel livré corresponde aux critères exigés en termes: <ul style="list-style-type: none"> <li>• quantitatifs</li> <li>• qualitatifs (aient les caractéristiques et propriétés voulues)</li> </ul>	K <sub>3</sub>	X		
3.6.6	intervenir comme il se doit en cas de retard ou d'erreurs de fourniture.	K <sub>3</sub>	X		

### Objectif particulier

- 3.7 Dans l'accomplissement de leur mission, les réalisateurs publicitaires mettent en pratique les directives de l'entreprise et de la branche sur la qualité.

#### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
3.7.1	expliquer à un profane la notion de «qualité».	K2		X	
3.7.2	appliquer correctement les mesures de l'entreprise destinées à garantir la qualité.	K3	X		
3.7.3	élaborer des mesures pour la garantie et l'amélioration de la qualité dans leur propre secteur de travail.	K5	X		

### Objectif particulier

- 3.8 En remplissant leurs tâches, les réalisateurs publicitaires contribuent à la bonne marche des fonctions de l'entreprise. En cas de questions ou d'éléments négatifs, ils s'adressent aux services compétents à l'intérieur de l'entreprise.

#### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
3.8.1	expliquer à un profane la différence entre organisation structurelle et organisation fonctionnelle.	K2		X	
3.8.2	décrire correctement, au moyen d'exemples simples, la structure d'organisation d'une entreprise.	K3		X	
3.8.3	décrire correctement la structure d'organisation de l'entreprise en charge de la formation.	K3	X		
3.8.4	expliquer à un profane qui sont les collaborateurs de l'entreprise formatrice et quelles sont leurs fonctions.	K2	X		
3.8.5	expliquer à un profane le déroulement du cycle de travail depuis la demande d'offre jusqu'à l'établissement de la facture.	K2	X		

### Objectif particulier

- 3.9 Les réalisateurs publicitaires tiennent compte, dans le cadre de leur activité, des contraintes du droit du travail et des règles en matière de protection de la propriété intellectuelle.

#### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
3.9.1	expliquer à un profane la différence entre les droits pour la protection de la propriété intellectuelle.	K2		X	
3.9.2	appliquer correctement, sur la base d'exemples, les principales dispositions en vue de la protection de la propriété intellectuelle.	K3		X	
3.9.3	appliquer correctement les principales dispositions en vue de la protection de la propriété intellectuelle.	K3	X		

## Objectif particulier

- 3.10 Les réalisateurs publicitaires s'informent constamment des nouvelles tendances en cours dans le domaine des techniques publicitaires.

### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
3.10.1	expliquer à un profane deux tendances actuelles essentielles de la technique publicitaire.	K2	X		
3.10.2	s'informer, à l'aide des moyens du bord, des tendances actuelles de la technique publicitaire.	K3	X		
3.10.3	expliquer les termes techniques à un profane.	K2	X	X	
3.10.4	utiliser correctement leurs notions professionnelles.	K3	X	X	

## Objectif particulier

- 3.11 Les réalisateurs publicitaires se tiennent au courant de l'évolution du marché du travail et de la profession.

### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
3.11.1	expliquer à un profane les tâches principales de l'organisation du monde du travail (association professionnelle).	K2		X	
3.11.2	expliquer à un profane le champ d'activité des réalisateurs publicitaires.	K2	X	X	
3.11.3	expliquer à l'aide d'exemples les différences de leur champ d'activité par rapport à celui d'autres professions à vocation créatrice.	K2		X	
3.11.4	s'informer, à l'aide des instruments disponibles, sur les changements intervenus à l'intérieur de l'organisation du monde du travail (association professionnelle) et à l'intérieur de leur champ d'activité.	K3	X	X	

## 4 Préimpression

### Objectif général

Durant la phase de préimpression, on prépare les données nécessaires pour la production. Il faut que le texte, la présentation et l'image du projet soient exactement saisis et traités électroniquement puis introduits dans le layout. En vue d'une élaboration efficace et pour éviter des pertes de données, il y a lieu de sauvegarder constamment les données de manière structurée. Pour bien garantir une production de haute qualité, les réalisateurs publicitaires doivent absolument tenir compte, lors de la mise en place des données à sortir, des techniques opérationnelles prévues.

Etant donné son importance pour la production, la préimpression fait l'objet de grande attention durant le cycle de formation.

Compétences méthodologiques: techniques de travail et résolution des problèmes; approche et action interdisciplinaires axées sur les processus; stratégies d'information et de communication; stratégies d'apprentissage.

Compétences sociales et personnelles: autonomie et responsabilité; précision du travail; apprentissage tout au long de la vie; résistance physique et psychique.

### Objectif particulier

#### 4.1 Les réalisateurs publicitaires sont conscients de l'importance de l'emploi de l'informatique, utilisée de manière efficace et professionnelle.

#### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
4.1.1	expliquer à un profane les principes fondamentaux suivants de l'informatique: • principes de base de la saisie (entrée), du traitement et de la sortie (output) de données	K2			X
4.1.2	expliquer à un profane les principaux éléments constitutifs d'un ordinateur personnel et leur engrenage fonctionnel.	K2		X	
4.1.3	utiliser les interfaces (raccords) de manière professionnelle et efficace.	K3	X	X	
4.1.4	expliquer à un profane la différence entre système d'exploitation et logiciels d'application.	K2		X	
4.1.5	utiliser les systèmes d'exploitation les plus courants de manière professionnelle et efficace.	K3	X	X	
4.1.6	expliquer à un profane le fonctionnement de base de principaux dispositifs de saisie et de sortie de données.	K2		X	
4.1.7	expliquer à un profane les différences entre les principaux supports d'archivage.	K2		X	
4.1.8	utiliser les supports d'archivage courants de manière professionnelle et efficace.	K3	X	X	
4.1.9	expliquer à un profane les facteurs essentiels de la sauvegarde des données.	K2		X	
4.1.10	prendre des mesures appropriées pour la sécurité des données.	K3	X		
4.1.11	expliquer à un profane le fonctionnement de base des réseaux.	K2		X	
4.1.12	se procurer les informations nécessaires à l'aide des logiciels disponibles et par internet.	K3	X	X	
4.1.13	utiliser le matériel informatique à disposition avec le soin voulu.	K3	X	X	
4.1.14	gérer avec soin les logiciels et les données.	K3	X		

## Objectif particulier

- 4.2 Les réalisateurs publicitaires saisissent et gèrent les textes de manière précise et professionnelle.

### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
4.2.1	saisir agilement un texte.	K3	X		
4.2.2	assurer l'orthographe avec l'aide des logiciels disponibles.	K3		X	
4.2.3	expliquer à un profane, par des exemples simples, l'importance de la présentation du texte pour la facilité de lecture.	K3		X	
4.2.4	expliquer à un professionnel les principes de traitement de texte suivants: <ul style="list-style-type: none"> <li>• systèmes de mesure</li> <li>• lettres, chiffres, signes</li> <li>• lignes</li> <li>• espacement (signes)</li> <li>• espacement (mots)</li> <li>• interligne</li> <li>• énumérations</li> <li>• genres de composition</li> <li>• polices et gestion des caractères</li> </ul>	K2		X	
4.2.5	appliquer correctement les principes suivants de la typographie: <ul style="list-style-type: none"> <li>• systèmes de mesure</li> <li>• lettres, chiffres, signes</li> <li>• lignes</li> <li>• espacement (signes)</li> <li>• espacement (mots)</li> <li>• interligne</li> <li>• enchaînements</li> <li>• genres de composition</li> <li>• polices et gestion des caractères</li> </ul>	K3	X		
4.2.6	utiliser les possibilités de la typographie de manière à ce que la publicité et les informations soient biens lisibles et parlantes.	K5	X		

## Objectif particulier

- 4.3 Les réalisateurs publicitaires saisissent et traitent les figures de manière précise et professionnelle.

### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
4.3.1	expliquer à un professionnel le fonctionnement d'un logiciel qui crée et traite les vecteurs.	K2		X	
4.3.2	contrôler la qualité et l'intégralité des données obtenues du vecteur.	K3		X	
4.3.3	procéder aux corrections s'il y a lieu de manière précise et professionnelle.	K3		X	
4.3.4	utiliser de manière professionnelle et efficace le logiciel relatif aux vecteurs.	K3	X	X	

## Objectif particulier

- 4.4 Les réalisateurs publicitaires saisissent et traitent les images de manière précise et professionnelle.

### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
4.4.1	expliquer à un professionnel la fonctionnalité d'un logiciel de dessin pour le traitement de l'image.	K2		X	
4.4.2	expliquer à un profane l'importance de la résolution des images.	K2		X	
4.4.3	saisir correctement une image à l'aide d'un scanner.	K3	X	X	
4.4.4	régler la résolution de l'image en fonction des exigences de la production et de l'application.	K3	X	X	
4.4.5	vérifier les images réalisées en format bitmap quant à leur intégralité et à la qualité par rapport aux exigences.	K3		X	
4.4.6	apporter les corrections de manière précise et professionnelle.	K3		X	
4.4.7	utiliser les instruments et les fonctions des logiciels de dessin de manière professionnelle et efficace.	K3	X	X	

## Objectif particulier

- 4.5 Les réalisateurs publicitaires insèrent les textes, figures et images dans le layout désiré.

### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
4.5.1	expliquer à un professionnel le fonctionnement d'un programme de layout.	K2		X	
4.5.2	gérer les données texte, vecteur, image dans le logiciel de layout de manière précise et professionnelle.	K3		X	

## Objectif particulier

- 4.6 Les réalisateurs publicitaires procèdent constamment et systématiquement à la sauvegarde des données du système. Ils choisissent le format adéquat pour les fichiers de sortie.

### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
4.6.1	structurer l'archivage électronique des données (texte, vecteur image), de manière à ce qu'eux-mêmes et leurs collègues les retrouvent sans problème.	K3	X	X	
4.6.2	expliquer à un profane les avantages et inconvénients des formats de fichier les plus courants.	K2		X	
4.6.3	choisir le format de fichier, au départ et en cours de route, en fonction des exigences opérationnelles et des réutilisations éventuelles.	K3	X	X	
4.6.4	après le traitement, choisir le format de fichier en fonction des exigences de la production et des réutilisations.	K3	X	X	
4.6.5	expliquer à un profane la fonction de la compression des données.	K2		X	
4.6.6	compacter correctement les données en recourant aux méthodes de compression disponibles.	K3		X	
4.6.7	expliquer à un profane l'importance ainsi que les éléments principaux de la gestion des couleurs.	K2		X	
4.6.8	insérer correctement le type de couleur lors de la création du fichier de sortie.	K3		X	



## 5 Technique publicitaire

### Objectif général

En technique publicitaire, le produit est réalisé sur la base des indications fournies. Il est essentiel de bien travailler les matériaux, avec tout le soin et la précision voulus, grâce aux données préparées durant la phase précédente et à l'aide des moyens de production et des installations d'exploitation qui conviennent. Les réalisateurs publicitaires doivent assurer la production et veiller à ce que les délais prévus soient respectés et qu'il n'y ait pas de dépassement de budget.

L'enseignement des techniques nécessaires pour y parvenir fait partie de la formation.

Compétences méthodologiques: techniques de travail et résolution des problèmes; approche et action interdisciplinaires axées sur les processus; stratégies d'information et de communication; stratégies d'apprentissage.

Compétences sociales et personnelles: autonomie et responsabilité; précision du travail; apprentissage tout au long de la vie; aptitude à la communication; aptitude à gérer les conflits; aptitude au travail en équipe; civilité; résistance physique et psychique.

### Objectif particulier

- 5.1 Les réalisateurs publicitaires examinent les indications fournies au départ et tirent au clair les questions éventuelles.

#### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
5.1.1	expliquer à un profane les phases du déroulement de la production.	K <sub>2</sub>	X		
5.1.2	dire quelles sont les informations dont ils ont besoin pour la production du produit voulu.	K <sub>3</sub>	X		
5.1.3	illustrer à un profane les données de base issues de la préparation du travail en vue de la production.	K <sub>3</sub>	X		
5.1.4	préciser quelles sont les informations nécessaires pour la production mais qui ne figurent pas dans les données de base.	K <sub>3</sub>	X		

### Objectif particulier

- 5.2 Les réalisateurs publicitaires contrôlent les matériaux nécessaires pour s'assurer qu'ils soient , complets, sûrs et aien la qualité voulue. Ils prennent les mesures nécessaires au besoin.

#### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
5.2.1	déterminer, sur la base des données établies pour la production, si les matériaux disponibles répondent aux critères voulus concernant: la quantité, les caractéristiques	K <sub>3</sub>	X		
5.2.2	prendre les mesures qui s'imposent en cas de divergence.	K <sub>3</sub>	X		

## Objectif particulier

- 5.3 Les réalisateurs publicitaires mettent en place de manière sûre les moyens de production et les installations d'exploitation pour la production. Ils recourent aux données préparées durant la phase précédente.**

### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
5.3.1	expliquer à un profane la différence entre moyens de production et installations d'exploitation.	K2		X	
5.3.2	classer correctement les moyens de production dans leurs groupes respectifs indiqués ci-après: <ul style="list-style-type: none"> <li>• machines de production assistées par ordinateur</li> <li>• autres machines de production</li> <li>• appareils électriques</li> <li>• instruments de travail et outillage</li> </ul>	K2		X	
5.3.3	expliquer à un profane le fonctionnement des moyens de production pour les principales technologies d'impression.	K2		X	X
5.3.4	déterminer la technologie d'impression appliquée pour un produit donné.	K3		X	X
5.3.5	contrôler que les moyens de production à employer soient adéquats pour l'opération prévue.	K3	X		
5.3.6	effectuer au besoin des travaux de maintenance simples sur les moyens de production à employer.	K3	X		
5.3.7	transmettre correctement aux moyens de production les données provenant de la pré-impression.	K3	X		
5.3.8	régler les moyens de production spécifiques à l'opération avec la sécurité et la compétence professionnelle voulues.	K3	X		
5.3.9	régler les installations d'exploitation spécifiques à l'opération avec la sécurité et la compétence professionnelle voulues.	K3	X		
5.3.10	avant le feu vert à la production, s'assurer que les moyens de production et les installations d'exploitation soient correctement installés.	K3	X		
5.3.11	lancer la production de manière sûre.	K3	X		

## Objectif particulier

- 5.4 Les réalisateurs publicitaires travaillent sur les matériaux de manière précise, sûre et professionnelle à l'aide des moyens de production et des installations d'exploitation appropriés.**

### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
5.4.1	travailler avec précision et efficacité sur les matériaux indiqués au point 4.4.6, à l'aide des moyens de production indiqués au point 6.3.2, pour réaliser le produit.	K3	X		
5.4.2	surveiller en professionnels le déroulement du travail des machines de production et des installations d'exploitation.	K3	X		
5.4.3	prendre les mesures appropriées en cas de pannes et se protéger soi-même ainsi que les autres..	K3	X		
5.4.4	travailler avec compétence jusqu'à obtenir le produit final terminé prêt pour la livraison ou le montage.	K3	X		

## Objectif particulier

- 5.5 Dans le cadre de l'ensemble du processus de production, les réalisateurs publicitaires veillent à ce que les délais, le devis et le budget soient respectés. En cas d'écarts, ils prennent les mesures appropriées.

## Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
5.5.1	comparer constamment les phases d'exécution avec le planning.	K3	X		
5.5.2	comparer continuellement les chiffres effectifs aux chiffres prévisionnels en ce qui concerne les heures de travail et les coûts du travail.	K3	X		
5.5.3	en ce qui concerne le matériel, comparer continuellement les chiffres effectifs aux chiffres prévisionnels au niveau des quantités consommées et des charges qui s'y rapportent.	K3	X		
5.5.4	prendre les mesures appropriées en cas d'écarts.	K3	X		

## 6 Montage

### Objectif général

Après un éventuel prémontage dans l'entreprise, on procède au montage définitif du produit sur place. Après avoir déterminé le positionnement exact à adopter, les réalisateurs publicitaires doivent obligatoirement et systématiquement fixer le produit conformément aux instructions.

Pour assurer que les produits soient montés comme il se doit, une partie de la formation est consacrée aux techniques de fixation et aux instructions à suivre pour procéder de manière systématique lors du montage.

Compétences méthodologiques: techniques de travail et résolution des problèmes; approche et action interdisciplinaires axées sur les processus; stratégies d'apprentissage.

Compétences sociales et personnelles: autonomie et responsabilité; précision du travail; apprentissage tout au long de la vie; aptitude à la communication; aptitude à gérer les conflits; aptitude au travail en équipe; civilité; résistance physique et psychique.

### Objectif particulier

- 6.1 S'il y a lieu, les réalisateurs publicitaires procèdent d'abord au prémontage, effectué avec toute la précision et l'efficacité de rigueur.

#### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
6.1.1	expliquer à un profane la différence entre moyens de production et moyens de fixation.	K2		X	
6.1.2	expliquer à un profane un plan d'exécution donné.	K3	X		
6.1.3	vérifier sur la base du plan d'exécution que les différentes pièces produites conviennent (correspondent et concordent entre elles).	K3	X		
6.1.4	prendre les mesures appropriées en cas de différences.	K5	X		
6.1.5	préparer les moyens de production et de fixation nécessaires pour le prémontage et le montage final.	K3	X		
6.1.6	procéder au prémontage aussi exact que possible des pièces individuelles, à l'aide des moyens de production et de fixation adéquats.	K3	X		
6.1.7	préparer les pièces finies pour le transport, de telle manière qu'elles ne soient pas endommagées en cours de route.	K3	X		

### Objectif particulier

- 6.2 Les réalisateurs publicitaires déterminent l'exacte position du montage à l'aide d'instruments de mesure appropriés.

#### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
6.2.1	expliquer à un profane la systématique du montage.	K2	X	X	
6.2.2	récolter sur place les derniers détails sur le montage à effectuer.	K3	X		
6.2.3	protéger la zone de fixage contre les dommages et les souillures.	K3	X		

6.2.4	contrôler si la zone de fixage correspond aux instructions données.	K <sub>3</sub>	X		
6.2.5	déterminer l'exacte position du montage à l'aide d'instruments de mesure appropriés.	K <sub>3</sub>	X		
6.2.6	marquer de manière adéquate l'exacte position du montage.	K <sub>3</sub>	X		

### Objectif particulier

- 6.3 Les réalisateurs publicitaires montent le produit de manière systématique, sûre et précise, à l'aide des techniques de fixation appropriées. Ils observent les indications du client, les règlements et les obligations résultant des autorisations obtenues.

### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
6.3.1	contrôler que le positionnement corresponde aux indications du client, aux règlements et aux obligations liées aux autorisations.	K <sub>3</sub>	X		
6.3.2	vérifier que la technique de fixation prévue soit appropriée pour le montage.	K <sub>4</sub>	X		
6.3.3	choisir, au besoin, une autre technique de fixation, mieux adaptée.	K <sub>4</sub>	X		
6.3.4	préparer les moyens de production et de fixation nécessaires.	K <sub>3</sub>	X		
6.3.5	monter avec précision les pièces finies avec les moyens de production et de fixation adaptés.	K <sub>3</sub>	X		
6.3.6	contrôler que les pièces finies soient montées parfaitement, conformément aux indications de la commande.	K <sub>3</sub>	X		
6.3.7	nettoyer le produit monté.	K <sub>3</sub>	X		
6.3.8	Ranger le poste de montage.	K <sub>3</sub>	X		
6.3.9	s'assurer, après le montage, que tous les moyens de production employés, soient bien là.	K <sub>3</sub>	X		
6.3.10	préparer les moyens de production employés à être réutilisés.	K <sub>3</sub>	X		

## 7 Sécurité au travail, protection de la santé et protection de l'environnement

### Objectif général

Les aspects sécurité, protection de la santé et de l'environnement font désormais partie de la vie professionnelle des réalisateurs publicitaires. Il est indispensable qu'ils sachent maintenir le calme même dans les moments de stress et soient capables de garantir leur propre sécurité et celle des tiers grâce à des moyens appropriés, obligés ou décidés de manière autonome. En cas d'accidents ou autres imprévus, il est important qu'ils agissent conformément aux directives.

La formation permet d'acquérir les bases nécessaires au maintien de la sécurité ainsi que de la protection de la santé et de l'environnement.

Compétences méthodologiques: techniques de travail et résolution des problèmes; approche et action interdisciplinaires axées sur les processus; stratégies d'information et de communication; comportement écologique; stratégies d'apprentissage.

Compétences sociales et personnelles: autonomie et responsabilité; précision du travail; apprentissage tout au long de la vie; aptitude à la communication; aptitude à gérer les conflits; aptitude au travail en équipe; résistance physique et psychique.

### Objectif particulier

- 7.1 Les réalisateurs publicitaires prennent garde, dans leur environnement professionnel, aux menaces possibles pour leur santé et celle des tiers et prennent les mesures nécessaires pour les écarter.

### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
7.1.1	désigner par cœur les catégories de produits toxiques les plus connus et les risques respectifs selon la solution MSST n° 76.	K1		X	
7.1.2	expliquer à un profane les risques possibles consécutifs au désordre et au manque de propreté du poste de travail.	K2		X	
7.1.3	expliquer à un profane à quels risques peuvent porter les situations de stress.	K2		X	
7.1.4	reconnaître les situations de stress dans son propre travail et y remédier en fonction de la situation..	K4	X		
7.1.5	expliquer à un profane les possibles atteintes à la santé provoquées par le bruit.	K2		X	
7.1.6	expliquer à un profane les risques essentiels sur les lieux.	K2		X	
7.1.7	reconnaître les risques possibles lors des visites sur les lieux.	K4	X		
7.1.8	expliquer à un profane les atteintes possibles à la santé provoquées par un poste de travail non ergonomique.	K2		X	
7.1.9	reconnaître les facteurs non ergonomiques de leur propre poste de travail.	K3	X		
7.1.10	expliquer à un profane les risques essentiels de la production.	K2		X	
7.1.11	reconnaître les risques possibles de la production.	K4	X		
7.1.12	expliquer à un profane les risques principaux du transport.	K2		X	
7.1.13	reconnaître les risques possibles des différents moyens de transport.	K4	X		
7.1.14	expliquer à un profane les risques principaux du montage.	K2		X	
7.1.15	reconnaître les risques possibles du montage.	K4	X		
7.1.16	prendre des mesures de protection lors du montage.	K5	X	X	

### Objectif particulier

- 7.2 Les réalisateurs publicitaires prennent garde, dans leur environnement professionnel, aux dangers pour l'environnement.

#### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
7.2.1	expliquer à un profane les cycles de la matière des éléments suivants: • sol • eau • air	K2		X	
7.2.2	expliquer à l'aide d'exemples l'action des substances dommageables pour l'environnement sur les cycles de la matière.	K3		X	
7.2.3	reconnaître les risques pour l'environnement pouvant exister sur leur propre place de travail et dans l'entreprise.	K4	X		

### Objectif particulier

- 7.3 Dans les moments de stress de la vie quotidienne, de même qu'en cas d'imprévus, les réalisateurs publicitaires savent maintenir le calme et le contrôle de la situation.

#### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
7.3.1	expliquer à un profane la notion, la formation et les conséquences du stress.	K2			X
7.3.2	expliquer à un profane les méthodes courantes pour venir à bout du stress.	K2			X
7.3.3	appliquer avec succès une méthode anti-stress.	K4	X	X	X

### Objectif particulier

- 7.4 Les réalisateurs publicitaires garantissent, par les mesures prescrites ou par leurs propres moyens, leur sécurité personnelle et celle des tiers.

#### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
7.4.1	déterminer et utiliser correctement les instruments les plus appropriés pour les aspects de sécurité définis..	K3		X	
7.4.2	expliquer à un profane les prescriptions de sécurité en vigueur dans la branche conformément à la solution MSST n° 76.	K2		X	
7.4.3	appliquer correctement les prescriptions de sécurité en vigueur dans la branche.	K3	X		

## Objectif particulier

- 7.5 Les réalisateurs publicitaires protègent l'environnement par l'application des mesures prescrites et appropriées.

### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
7.5.1	déterminer correctement, à l'aide des instruments appropriés, les bases juridiques applicables à certains aspects de l'environnement.	K3		X	
7.5.2	expliquer à un profane les prescriptions sur l'environnement en vigueur dans la branche.	K2		X	
7.5.3	appliquer correctement les prescriptions sur l'environnement en vigueur dans la branche.	K3	X		
7.5.4	décrire à un profane les modalités d'élimination des déchets admises par la loi (y compris le recyclage).	K2		X	
7.5.5	séparer correctement les déchets.	K3	X		
7.5.6	éliminer les déchets conformément aux prescriptions.	K3	X		

## Objectif particulier

- 7.6 Les réalisateurs publicitaires se comportent, en cas d'imprévu, conformément aux règles en vigueur concernant la sécurité et la protection de la santé et de l'environnement.

### Objectifs évaluateurs

	Les réalisateurs publicitaires savent...	Niveau	Entre-prise	Ecole	CI
7.6.1	expliquer à un profane les prescriptions de sécurité, et de protection de la santé et de l'environnement, applicables au cas d'espèce.	K2		X	
7.6.2	expliquer à un profane les grandes lignes du système d'entreprise applicable en cas d'urgence.	K2	X		
7.6.3	s'il y a lieu, se comporter conformément au système d'entreprise applicable en cas d'urgence.	K3	X		
7.6.4	appliquer correctement les normes de sécurité et de protection de la santé et de l'environnement, qui ne sont pas prévues par le système d'entreprise applicable en cas d'urgence.	K3	X		
7.6.5	administrer les premiers soins en cas d'urgence.	K3		X	



## Compétences méthodologiques

### **Techniques de travail et résolution des problèmes:**

Dans l'accomplissement de leurs tâches, les réalisateurs publicitaires utilisent des méthodes et des moyens leur permettant de procéder de façon ordonnée, de fixer des priorités, de comprendre si un travail dépend ou non du client, d'organiser le déroulement des opérations de manière systématique et rationnelle et de garantir la sécurité du travail et la protection de la santé. Ils planifient les phases de travail, agissent de manière efficiente en fonction du but à atteindre et donnent la juste importance à chaque phase de travail.

### **Approche interdisciplinaire et action axée sur les processus:**

Les processus de travail ne peuvent pas être considérés de manière isolée. Les réalisateurs publicitaires connaissent et appliquent les méthodes leur permettant de comprendre les liens existants entre leur activité et les autres activités de l'entreprise et de tenir compte des points de jonction en amont et en aval de leur domaine d'intervention spécifique. Ils sont conscients des impacts de leur travail sur leurs collègues, les clients et fournisseurs ainsi que sur la bonne marche de l'entreprise.

### **Méthodes de conseil et de vente:**

Le comportement des clients est conditionné par divers facteurs économiques. Le choix d'un produit plutôt que d'un autre dépend essentiellement d'une politique de vente axée sur le client. Les réalisateurs publicitaires appliquent des techniques de conseil et de vente tendant à satisfaire le client mais conformes aux intérêts de l'entreprise.

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

Il est important d'utiliser à bon escient les récentes technologies de l'information et de la communication. Les réalisateurs publicitaires en sont parfaitement conscients et contribuent à faciliter et à optimiser les flux d'informations à l'intérieur de l'entreprise. Ils savent se procurer l'information voulue par leurs propres moyens et la valoriser dans l'intérêt de la clientèle et du bon fonctionnement opérationnel.

### **Techniques de créativité:**

L'esprit d'ouverture pour tout ce qui est nouveau, lié à un type d'approche non conventionnelle, est une qualité déterminante du réalisateur publicitaire. Face aux nouveaux problèmes qui se présentent, il sait quand il faut s'écarter des modèles traditionnels et faire preuve de créativité au profit de solutions innovatrices. Les réalisateurs publicitaires se distinguent par la vivacité du sens d'observation et par une attitude d'ouverture à l'égard des nouvelles tendances du secteur publicitaire.

### **Techniques de présentation:**

Le succès des techniques de conseil et de vente dépend largement de la manière de présenter les concepts et les projets. Les réalisateurs publicitaires maîtrisent les méthodes de présentation et les emploient pour le bien du client et de l'entreprise.

### **Comportement écologique:**

Il n'est plus possible d'ignorer le facteur écologique dans le déroulement du travail quotidien. Les réalisateurs publicitaires sont favorables aux mesures internes de protection de l'environnement et s'efforcent de détecter les possibilités d'amélioration à cet égard.

### **Stratégies d'apprentissage:**

Il existe différentes stratégies pour s'instruire avec profit et apprendre tout au long de sa vie. Comme les techniques d'apprentissage sont différentes d'une personne à l'autre, les réalisateurs publicitaires réfléchissent à leur propre manière d'apprendre et l'adaptent en fonction des tâches et des situations. Ils choisissent la stratégie d'apprentissage la plus efficace, à la base du plaisir d'apprendre, de la satisfaction et du succès personnel. Cela renforce leur aptitude à continuer à se former par eux-mêmes leur vie durant.

## Compétences sociales et personnelles

### Autonomie et responsabilité:

Les réalisateurs publicitaires sont coresponsables du déroulement du travail dans l'entreprise ainsi que de l'accomplissement des tâches conformément aux exigences de qualité, respect des délais et sécurité. Ils sont prêts à prendre des décisions sous leur responsabilité et travaillent de manière consciencieuse. Les réalisateurs publicitaires se distinguent par la précision et la propreté de leur travail.

### Apprentissage tout au long de la vie:

Tout bouge continuellement dans le domaine des techniques publicitaires. Il est indispensable de s'adapter rapidement aux constants changements des besoins et des conditions. Les réalisateurs publicitaires en sont pleinement conscients; ils cherchent à élargir sans cesse leurs connaissances, notamment en ce qui concerne les procédés, et à se perfectionner leur vie durant. Ils sont ouverts à la nouveauté, le manifestent par leur esprit créatif, s'adaptent aux exigences du marché du travail et renforcent leur personnalité.

### Aptitude à la communication:

La communication à la mesure du public concerné et des circonstances du moment relève de l'essence même des activités du monde publicitaire. Les réalisateurs publicitaires se distinguent par leur ouverture d'esprit et leur spontanéité. Ils sont toujours prêts à dialoguer et appliquent consciemment les règles du jeu de la communication écrite et orale dont ils connaissent bien les nuances.

### Aptitude à gérer les conflits:

Dans la réalité quotidienne du monde publicitaire, où se croisent de nombreuses personnes dont les idées et convictions ne coïncident pas toujours, les situations conflictuelles ne manquent pas. Les réalisateurs publicitaires le savent bien et réagissent en pareil cas avec calme et pondération. Ils acceptent le débat, tiennent compte de l'opinion d'autrui, discutent de manière objective et explorent les alternatives constructives.

### Aptitude au travail en équipe:

Les tâches professionnelles et personnelles peuvent être accomplies isolément ou en groupe. Il s'agira de décider de cas en cas s'il est préférable de confier l'exécution d'une tâche à une seule personne ou à un groupe. Les réalisateurs publicitaires connaissent les règles du travail en équipe.

### Civilité:

Dans le cadre de leur activité, les réalisateurs publicitaires ont toute une série de contacts avec des personnes différentes dont chacune s'attend à un certain comportement de la part de son interlocuteur. Les réalisateurs publicitaires doivent pouvoir adapter leur langage et leur comportement à chaque situation et aux besoins de l'interlocuteur, en se montrant ponctuels, ordonnés et fiables.

### Résistance physique et psychique:

Satisfaire aux exigences du métier implique un certain effort physique et psychique. Les réalisateurs publicitaires font preuve de la résistance voulue en affrontant les tâches qui leur sont confiées, ou qui leur incombent, avec calme et réflexion. Ils conservent le contrôle de la situation même dans les moments critiques et en réfèrent au besoin au supérieur hiérarchique pour trouver une solution.

## Plan de formation, partie B

### Tableau des périodes d'enseignement

Réalisateur publicitaire

		1 <sup>er</sup> année	2 <sup>ème</sup> année	3 <sup>ème</sup> année	4 <sup>ème</sup> année
<b>Cours</b>					
<b>Connaissances professionnelles</b>					
	• Conception et conseil	80	80		
	• Réalisation	180	160	80	40
	• Préparation travail • technique publicitaire • montage	120	160	80	120
	• Préimpression	100	120	40	40
	• Sécurité du travail, protection santé/ environnement	40			
<b>Sport</b>		80	80	40	40
<b>Culture générale</b>		120	120	120	120
<b>Total des cours</b>		<b>720</b>	<b>720</b>	<b>360</b>	<b>360</b>
<b>Total des cours les 4 années de formation</b>		<b>2160</b>			

## Plan de formation, partie C

### Cours Interentreprises

#### Réalisateur publicitaire

##### Organe responsable

L'organe en charge des cours interentreprises est l'association des réalisateurs publicitaires.

##### Organes

Les responsables des cours sont:

- la commission de surveillance
- la commission des cours

Chaque commission se constitue elle-même et adopte un règlement d'organisation.

##### Avis de convocation

Les organisateurs des cours (prestataires) établissent des convocations personnelles d'entente avec l'autorité cantonale compétente. Celles-ci sont transmises aux personnes en formation par l'entremise de leur entreprise (formatrice).

Lorsqu'une personne en formation ne peut prendre part aux cours pour des motifs excusables (maladie ou accident attesté par certificat médical), le formateur en informera immédiatement par écrit l'autorité cantonale compétente par l'entremise du «prestataire».

##### Date, durée et objets traités

Durée des cours interentreprises:

- la première année (cours I) 5 journées de 8 heures
- la deuxième année (cours II) 5 journées de 8 heures
- la troisième année (cours III) 5 journées de 8 heures

Les cours traitent des domaines suivants:

- |             |                              |  |
|-------------|------------------------------|--|
| • cours I   | consacré principalement aux: | technologies d'impression et sécurité au travail |
| • cours II  | consacré principalement à:   | conseil client et vente, maîtrise du stress      |
| • cours III | consacré principalement à:   | innovation, conception et réalisation            |

Les autorités compétentes du canton concerné ont accès en tout temps aux endroits où se tiennent les cours.

## Plan de formation, partie D

### Procédure de qualification

#### Réalisateur publicitaire

##### Travail pratique

Ce domaine de qualification intitulé Travail Pratique dure au total 24 heures, sous la forme de sessions de Travail Pratique Prescrit (TPP). On y évalue la maîtrise des compétences opérationnelles acquises à l'école, au sein de l'entreprise ainsi que lors des cours interentreprises, conformément au plan de formation.

• Position 1	Conception et Conseil	15%
• Position 2	Réalisation	20%
• Position 3	Préparation travail, technique publicitaire, montage	45%
• Position 4	Préimpression	10%
• Position 5	Sécurité du travail, protection santé, environnement	10%

Ce domaine de qualification se déroule au centre de formation professionnelle, ainsi qu'au sein de l'entreprise d'accueil et autres établissements de formation.

Durant le déroulement de la phase Travail Pratique, la documentation didactique peut être utilisée à titre auxiliaire. Conformément à l'article 34 OFPr, il est attribué à chaque position une note entière ou une demie note.

La note globale de ce domaine de qualification «Travail Pratique» est arrondi à une décimale.

##### Connaissances Professionnelles

Dans ce domaine de qualification, on examine pendant une durée de 7 heures, dont 1 heure d'examen oral, la maîtrise des objectifs évaluateurs scolaires.

• Position 1	Connaissances Professionnelles, écrit, 2 heures	33 1/3%
• Position 2	Connaissances Professionnelles, oral, 1 heure	33 1/3%
• Position 3	Réalisation, 4 heures	33 1/3%

Pour les positions 1 et 2, tous les domaines thématiques sont évalués. Conformément à l'article 34 OFPr, il est attribué à chaque position une note entière ou une demie note. La note globale du domaine de qualification connaissances professionnelles est arrondie à une décimale.

## Approbation et entrée en vigueur

Le plan de formation professionnelle du 04.12.2005 est abrogé.

Le présent plan de formation entrera en vigueur le 01.01.2015, avec l'accord du SEFRI.

Grabs, 01.10.2014

### **Association des réalisateurs publicitaires**

Le Président

Département formation

Florian Tanner

Beatrice Murer

Ce plan de formation est approuvé par le secrétaire d'état à la formation, la recherche et l'innovation SEFRI selon l'article 11 alinéa 1 de l'ordonnance sur la formation professionnelle initiale de réalisateur/ réalisatrice publicitaire avec certificat fédéral de capacité (CFC) du ...

Berne, 01.10.2014

### **Secrétaire d'état à la formation, la recherche et l'innovation**

Vice-directeur, responsable de la formation professionnelle initiale et maturité:

Jean-Pascal Lüthi

## Annexe au plan de formation

### Liste des documents

Pour la mise en place de la formation professionnelle initiale et adresses pour les commandes

#### Réalisateur publicitaire CFC

Objet	Contact
Ordonnance sur la formation professionnelle initiale Réalisateur / réalisatrice publicitaire avec certificat fédéral de capacité (CFC) du ...	<ul style="list-style-type: none"> <li>Office fédéral des constructions et de la logistique OFCL BBL, <a href="http://www.bbl.admin.ch">www.bbl.admin.ch</a> (Publikationen und Drucksachen)</li> <li>SEFRI - Secrétariat d'Etat à la formation, à la recherche et à l'innovation <a href="http://www.sbf.admin.ch">www.sbf.admin.ch</a></li> </ul>
Plan de Formation du ...	<ul style="list-style-type: none"> <li>Association des réalisateurs publicitaires, <a href="http://www.v-w-p.ch">www.v-w-p.ch</a></li> </ul>
Liste des installations minimales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Association des réalisateurs publicitaires, <a href="http://www.v-w-p.ch">www.v-w-p.ch</a></li> </ul>
Documentation didactique (plate-forme de formation électronique): <ul style="list-style-type: none"> <li>Plan de formation avec objectifs particuliers et objectifs évaluateurs par semestre</li> <li>Rapports de formation pour les entreprises</li> <li>Modèles de documentation didactique pour les apprentis</li> <li>Compétences opérationnelles et niveaux K</li> <li>Feuille d'examen</li> <li>Méthode IPDRCE</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Association des réalisateurs publicitaires, <a href="http://www.v-w-p.ch">www.v-w-p.ch</a></li> </ul>
Guide pour la procédure de qualification	<ul style="list-style-type: none"> <li>Association des réalisateurs publicitaires, <a href="http://www.v-w-p.ch">www.v-w-p.ch</a></li> </ul>
Feuille d'examen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Association des réalisateurs publicitaires, <a href="http://www.v-w-p.ch">www.v-w-p.ch</a></li> </ul>
Règlement des cours interentreprises (CIE)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Association des réalisateurs publicitaires, <a href="http://www.v-w-p.ch">www.v-w-p.ch</a></li> </ul>