

Mastère DESIGNER – Manager de Projet

Titre inscrit au Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)
sous le n° 34364 de niveau 7, par décision de France compétences le 16/12/2019
codes nsf 233n et 320v, délivré sous l'autorité des Ecoles de Condé et ADE Holding

Formation dispensée sur les campus :
Bordeaux - Lyon - Nancy - Nice - Paris

Objectifs et contexte de la certification :

Les professionnels du secteur ont constaté que le design voit sa place et son rôle fortement changer : en effet, le design « remonte » dans la chaîne de valeur et devient une variable de décision stratégique qui doit être intégrée depuis la phase de conception des produits ou des services et non en aval de cette conception. Par conséquent, la fonction design dans les entreprises est repensée et replacée dans l'organigramme en lien direct avec la direction générale.

C'est ainsi que les économies comme les organisations les plus dynamiques ont commencé à associer le design à la fonction d'innovation. Pour les entreprises, notamment, il s'agit de faire du design un vecteur important d'innovation donc de différenciation et de compétitivité. En complément, les organisations attendent des designers une capacité d'interaction renforcée entre :

Les champs disciplinaires du design entre eux ;
Le design et autres fonctions d'innovations ;
Les designers et la stratégie des organisations avec lesquelles ils sont en lien.

Cette certification répond à des besoins de compétences alliant vision globale et stratégique du design, systématisation des compétences transversales et légitimité opérationnelle dans le domaine du design.

Le Designer-manager de projet est le plus souvent un cadre, indépendant ou intégré dans une organisation privée ou publique, industrielle ou commerciale ou encore dans une agence de design ou de communication. Il participe activement à la définition des stratégies d'innovation de l'organisation pour laquelle il agit. Il est en lien étroit avec la direction générale, la direction marketing, les bureaux d'études et d'ingénierie, les prestataires de conseil.

Responsable d'une équipe pluridisciplinaire, il gère les opérations et le processus de design, il établit les instructions de création et prend en charge la direction artistique. Il participe à l'élaboration des scénarii prospectifs, à la création et définition de concepts avec un souci particulier de recherche et d'innovation.

Il gère la mise en œuvre et la réalisation du projet, l'organise en développant une méthodologie appropriée au secteur d'activité de l'organisation. Il coordonne et participe à la mise en forme, au développement et à la mise au point des différents constituants du projet jusqu'à la fabrication et commercialisation du projet.

Lors des différentes phases de communication internes et externes, il est un vecteur essentiel de présentation et de promotion des projets de design. Sa démarche s'appuie sur un processus de conceptualisation et de création de solutions innovantes qui nécessite de donner une cohérence à

l'ensemble des signes qu'une organisation (entreprise, institution, etc.) communique simultanément.

Débouchés :

Le métier de Designer – Manager de projets s'exerce dans plusieurs cadres :

- au sein de bureaux de création ou de design intégrés aux entreprises
- au sein d'agences de design de taille diverses
- en indépendant.

La taille des bureaux de création intégrés et des agences varie de quelques collaborateurs à plus d'une centaine. Une part importante de professionnels travaillent également en tant qu'indépendants ou free-lance.

Les secteurs d'activité concernés sont variés, il s'agit de :

- **Biens d'équipement** : transport, commerce de détail, loisirs, textile, etc.
- **Services** : santé, action sociale, presse, services aux particuliers, hôtellerie-restauration, etc.
- **Secteur culturel** : édition, scénographie, muséographie ;
- **Publicité et communication** : stratégies d'espace (merchandising, scénographie), nouveaux médias (sites internet, réseaux sociaux, blogs), édition, graphisme, presse, spots promotionnels, événementiel, espaces éphémères, événementiel

Type d'emplois accessibles :

- **Directeur artistique / Designer graphique / Directeur de création**
- **Designer numérique / Designer web / Motion designer / UX/UI Designer / Designer digital**
- **Designer produits / Designer industriel / Designer d'objets**
- **Designer global / Designer de services**
- **Directeur de production**

Code(s) NSF :

233n : Etudes et projets d'agencement intérieur, architecture d'intérieur

320v : Spécialités plurivalentes de la communication : production à caractère artistique

Formacode(s) :

45027 : Art appliqué

45015 : Architecture intérieure

46081 : Création graphique

PROGRAMME :

Année 1 : l'action de formation sera de 462 heures étalées sur 12 mois

UE 1 CULTURE ET INNOVATION	
Culture professionnelle & sectorielle	Méthodologie documentaire
Design Thinking	Intelligence artificielle
Sciences humaines et sociales	Sciences humaines et sociales
UE 2 STRATEGIE	
Analyse stratégique	Développement social et durable
Argumentaire de projet	Recommandation stratégique
UE 3 DEVELOPPEMENT DE PROJET	
Pilotage de projet	Atelier de création
UE 4 OUTILS DE SPECIALISATION	
Construction du vêtement	Technologie textile
Pratiques de spécialisation	Identité personnelle
LV1 - Anglais*	Parcours E-learning personnalisé**

* Modules en classe inversée (cf. annexe #2).

** (cf. annexe #2).

Année 2 : l'action de formation sera de 462 heures étalées sur 12 mois

UE 1 CULTURE ET INNOVATION	
Cadre réglementaire*	Démarche créative
Pratique expérimentale	Intelligence artificielle
Culture et tendance design	Sciences humaines et sociales
UE 2 STRATEGIE	
Positionnement de projet	Développement social et durable
Communication de projet	Image de marque
UE 3 DEVELOPPEMENT DE PROJET	
Management de projet	Atelier de création
Rapport de mission	Dossier créatif
UE 4 OUTILS DE SPECIALISATION	
Construction du vêtement	Technologie textile
Pratiques de spécialisation	Identité personnelle
LV1 - Anglais*	Parcours E-learning personnalisé**

* Modules en classe inversée (cf. annexe #2).

** (cf. annexe #2).

L'action de la formation sera d'une durée de 924 heures étalées sur 24 mois.

Rythme :

La formation prévoit une immersion en milieu professionnel et se déroule ainsi sur un rythme alterné :

1 jour en formation - 4 jours en entreprise par semaine,
8 semaines intensives en formation/ an étalées sur toute l'année avec un minimum de 3 semaines entre chaque.

Date de rentrée : Octobre

Le calendrier précis de la formation peut varier d'un campus à l'autre ; dans ce cas une mise à jour vous sera transmise en amont de la rentrée scolaire.

Voie d'accès :

Cette formation professionnalisante inclut obligatoirement une période d'immersion en entreprise. Le rythme alterné permet ainsi plusieurs voies d'accès :

- Contrat d'apprentissage,
- Contrat de professionnalisation,
- Formation initiale (avec stage alterné),

Cette formation est également accessible dans le cadre d'une VAE.

Prérequis :

Le candidat doit être titulaire d'un diplôme Bac+3, ou Titre RNCP de niveau 6, ou de 180 crédits ECTS dans le domaine du design.

Le candidat ayant validé au moins un bac+4 dans la spécialité peut s'inscrire directement à la préparation en 2^e année.

L'admission se fait sur dossier et entretien de motivation.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Nos infrastructures sont accessibles aux personnes à mobilité réduite (PMR).

Si vous êtes en situation de handicap, des aménagements peuvent vous être proposés par le référent handicap campus, après étude des besoins individuels.

Des adaptations de parcours sont envisageables afin de prendre en compte les besoins spécifiques liés à une situation de handicap ou une situation de santé invalidante.

Dans le cas où les moyens internes ne seraient pas

suffisants, nous nous mettrons en lien avec des partenaires du champ du handicap afin de répondre au mieux aux besoins spécifiques de chacun. N'hésitez pas à vous rapprocher de notre référent handicap campus.

Moyens techniques, pédagogiques et d'encadrement

L'articulation pédagogique et la coordination des différents formateurs est assurée par le référent pédagogique de chaque campus.

Le travail de groupe, les interventions de professionnels et les expériences pratiques permettent aux apprenants d'acquérir une expertise et une autonomie conforme aux exigences des entreprises du secteur. Le temps partagé entre école et entreprise, ainsi que la mixité des techniques pédagogiques utilisées garantissent les bonnes conditions de l'acquisition des compétences.

La formation est en blended learning, méthode de formation hybride qui combine formation en présentiel et formation en ligne.

L'équipe Relations Entreprises de chaque campus suit de manière étroite le partenariat avec l'entreprise et l'accompagnement de l'apprenant pendant toute la durée du contrat. Elle assure les entretiens de suivi et/ou les visites en entreprise et contrôle l'assiduité de l'alternant.

En outre, le service pédagogique de chaque campus, dédié à l'accompagnement des étudiants et des enseignants fait le lien avec l'entreprise sur les projets pédagogiques mis en œuvre afin de permettre aux apprenants d'appliquer les méthodes innovantes acquises lors de la formation.

Compétences attestées :

Identifier les évolutions de long terme (évolutions culturelles, mutations technologiques, tendances socio-économiques, contexte environnemental, normes) pour apporter au client une réponse avant-gardiste et en phase avec l'avenir.

Identifier les tendances de court terme (demande des consommateurs, tendances esthétiques, actualité de la création en design, arts plastiques, nouvelles gammes, nouveaux produits, nouveaux services, nouveaux concepts, nouvelles identités, évolutions artistiques et scientifiques, nouveaux outils de conception et de production avancés) pour apporter des solutions qui répondent aux besoins du présent et d'un futur proche.

Développer des processus de veille en lien avec l'actualité de la création considérée dans un cadre étendu et pluridisciplinaire ; de l'innovation en design ; des modes, des tendances, des besoins ; des modes de communication et des médias pour développer sa créativité au service des clients.

Analyser le positionnement de l'organisation ou du projet et synthétiser les données fournies par le client (identité créative - valeurs - positionnement de marché - environnement concurrentiel) pour enrichir le cahier des charges initial du client.

Intégrer les contraintes budgétaires, techniques ou environnementales pour correspondre au mieux aux besoins du client et remporter son adhésion au projet.

Déterminer le positionnement stratégique de l'organisation ou du projet : ses forces, ses faiblesses, les opportunités et les menaces pour constituer un socle de travail exhaustif et objectif.

Conduire un inventaire de l'ensemble des signes produits par l'organisation (typographies, logos, pictogrammes, charte globale et ses déclinaisons) et auditer leur cohérence globale pour constituer le cahier de conception.

Choisir les bons matériaux, supports, canaux, outils, procédés... en fonction du type de design concerné par le projet (support papier, web, textile, plastique, bois...).

Développer des recherches créatives en lien avec le cahier des charges pour challenger le cahier des charges initial du client et proposer d'autres voies créatives.

Établir des outils d'indexation des tendances observées pour faciliter la démarche créative et se constituer une base documentaire réutilisable dans le cadre d'autres projets.

Déterminer le positionnement stratégique de l'organisation pour adapter sa préconisation à l'ADN de marque, à son histoire, à ses cibles, à ses valeurs et ses spécificités, à son e-réputation.

Identifier la ou les stratégies de design en place au sein d'une organisation pour comprendre l'existant et imaginer les pistes d'amélioration.

Évaluer la cohérence entre la stratégie de design et la stratégie globale de l'organisation (notamment marketing) pour proposer un modèle vertueux où l'une sert l'autre.

Collaborer avec le MOA pour concevoir un projet réaliste et réalisable techniquement.

Comparer les éléments de design produits par l'organisation aux tendances identifiées lors de la veille (évolutions des normes, évolutions artistiques et scientifiques, contexte environnemental) pour préconiser des pistes de changement et de développement adaptées.

Identifier le potentiel de changement de l'organisation par rapport aux orientations conseillées pour préparer son argumentation.

Formuler une recommandation stratégique digitale et de communication pour soutenir la stratégie de design.

Donner aux décideurs de l'organisation des critères de choix valides au regard des enjeux considérés pour favoriser une prise de décision éclairée et objective.

Assister ces décideurs dans leur réflexion pour les rassurer sur le Bien-fondé de leurs choix et lever leurs doutes et freins.

Produire des documents de synthèse au sujet des orientations choisies pour préparer la communication auprès des parties prenantes et remporter leur adhésion.

Établir le cahier des charges créatif et fonctionnel de chacun des projets qui découle du cahier des charges initial du client pour proposer de nouvelles pistes, répondre aux besoins implicites et calibrer les délais, besoins en ressources et objectifs de chacun.

Définir les ressources à mobiliser pour chacun des projets pour identifier les besoins internes et externes, et les budgéter.

Proposer des représentations qui intègrent les aspects sémantiques, symboliques, culturels et les procédés pour garantir la cohérence artistique générale.

Transmettre les spécifications fonctionnelles et techniques aux parties prenantes (bureau d'étude, Direction générale, Direction marketing etc.) pour s'assurer de leur implication dans le projet.

Défendre auprès des commanditaires les différentes propositions.

Identifier les modes de représentation les plus efficaces (élaboration d'esquisses, roughs, storyboards, planches de tendances scenarii utilisateurs, wireframes, patrons, plans 3D...) pour convaincre le ou les décideurs.

Élaborer les prototypes choisis pour leur pertinence pour soutenir le propos oral.

Construire une argumentation pour favoriser un cheminement logique aboutissant naturellement à une prise de décision en sa faveur.

Rédiger la recommandation stratégique et créative pour légitimer et rassurer le client dans son choix.

Présenter la recommandation au client pour captiver son auditoire et le convaincre du Bien-fondé de ses partis-pris créatifs.

Évaluer et allouer les ressources nécessaires à la bonne réalisation du projet pour garantir la maîtrise du budget.

Sélectionner les équipes de créatifs internes et/ou externes : designers, graphistes, illustrateurs, photographes, webdesigner, architectes d'intérieurs, stylistes, modélistes, UX designers... pour s'entourer des meilleures compétences nécessaires au projet dans le respect du budget fixé.

Assurer le bon déroulement du projet pour tenir les délais et anticiper les imprévus.

Gérer les volets administratif, comptable et juridique du projet (droits d'auteurs, cession de droits) pour fluidifier et sécuriser les relations contractuelles.

Recruter, former et évaluer les créatifs choisis pour optimiser la qualité du travail fourni par chacun.

Encadrer, motiver et soutenir l'équipe pour favoriser la collaboration et l'implication individuelle au service du projet collectif.

Planifier et organiser des réunions de pilotage régulières pour prévenir les dysfonctionnements, retards ou conflits.

Communiquer sur le projet au sein de l'équipe et auprès de toutes les parties prenantes (services connexes, clients et fournisseurs) pour garantir la cohérence générale du projet.

Identifier les risques relatifs aux changements de conditions intervenus pour anticiper les modifica-

tions d'équipe, de délais ou de budget.

Analyser, vérifier les informations nécessaires à la résolution des problèmes pour proposer les meilleures alternatives.

Identifier des scénarii de réalisation alternatifs pour garantir une atteinte des objectifs quelque soient les aléas rencontrés.

Évaluer les tests réalisés pour s'assurer de leur fiabilité avant mise en production.

Vérifier le respect du cahier des charges esthétique, fonctionnel ainsi que les coûts, les délais et les détails fonctionnels et techniques pour permettre une démarche d'amélioration continue et une communication régulière au client.

Identifier et résoudre les éventuels problèmes rencontrés pour minimiser les retards de production.

Établir des critères d'évaluation pour mesurer de manière objective le niveau de réponse aux objectifs visés.

Participer à la mesure de la création de valeur quantitative (économique et médiatique) et qualitative (image de marque ; affectio societatis ; capacité d'innovation de l'organisation ; etc.) pour identifier la valeur ajoutée de l'équipe et extraire les principaux arguments de vente à mettre en avant lors de prospection.

Protéger la valeur des actifs immatériels créés pour sécuriser l'activité de la structure.

Adopter un regard critique pour analyser les points forts et points faibles liés à la mise en œuvre du projet.

Évaluer l'apport de chaque collaborateur pour prévoir l'avenir : récompenser et fidéliser, former, échanger.

Identifier des pistes d'amélioration pour mettre en place les actions correctives sur le projet visé et pour améliorer les projets à venir.

Argumenter sur les enjeux liés à chacun des projets pour convaincre le client ou de futurs clients de la réussite de l'action.

Présenter un projet à un client et à ses pairs en utilisant le vocabulaire technique et professionnel adapté pour montrer une légitimité face aux parties prenantes.

Présenter une recommandation ou un projet de manière dynamique et interactive en mêlant plusieurs types de supports multimédias pour captiver un auditoire.

Rédiger les supports de communication complémentaires qui seront remis au client de manière professionnelle pour apporter un niveau de détail plus poussé et expliciter des concepts plus complexes.

Structurer ses argumentaires de manière cohérente et logique pour démontrer l'atteinte des objectifs au client ou aux futurs clients.

Communiquer en anglais à l'écrit comme à l'oral pour s'adapter à des clients ou des prestataires étrangers.

Utiliser les éléments fondamentaux de communication visuelle : typographie, charte graphique, etc. pour valoriser le fond du message.

Utiliser le dessin comme axe de communication visuelle privilégié pour amener l'auditoire vers son univers graphique et créatif.

Adapter les formats aux circonstances de communication pour s'adapter au public et au message à transmettre.

Activités visées :

1) Analyse du cahier des charges du client en vue de la rédaction d'une proposition
Identification des tendances en matière de création, de design, d'innovation et de besoins
Synthèse des données fournies par le client
Enrichissement du cadre de référence de l'activité du designer

2) Élaboration de la stratégie de design et formulation de recommandations
Réalisation de l'audit de la stratégie de design en lien avec la stratégie de l'organisation
Définition d'une stratégie de design pertinente
Conception et développement des projets en lien avec la stratégie de design choisie
Présentation d'une recommandation au client

3) Management du processus de réalisation des projets de design
Planification de la réalisation des solutions retenues
Coordination de la réalisation et animation de l'équipe
Gestion des imprévus

Mise en production

4) Gestion de la communication et valorisation des projets de design développés

Évaluation de la performance des services de design sur le projet

Mise en place du bilan du projet

Communication à l'écrit et à l'oral

Communication visuelle

Suivi et évaluation :

Le titre « Designer - Manager de projet » est obtenu si le candidat obtient l'ensemble des blocs de compétences, études de cas, mises en situation professionnelles, projet de fin d'étude et soutenance orale devant jury

Les modalités d'**évaluations formatives** permettent de vérifier la progression pédagogique de l'alternant et vérifient l'acquisition de l'ensemble des aptitudes, connaissances, compétences et blocs de compétences constitutifs du titre. Ces éléments sont appréciés par un contrôle continu et régulier pendant les cours.

A l'issue du parcours de formation sont organisées des **épreuves d'évaluations certificatives** afin d'attester la Maîtrise des compétences professionnelles inscrites dans le référentiel* (cf. annexe#1).

Les travaux peuvent être réalisés de manière individuelle ou en groupe, et faire l'objet de présentations orales et/ou de soutenances de fin d'année en présence de professionnels...

Liste des formateurs réguliers

Outre leur niveau d'études initiales, nos formateurs disposent tous d'une expérience professionnelle significative au sein d'entreprises du secteur. Dynamiques et impliqués, les professionnels et formateurs ont pour objectif de transmettre leurs compétences et savoir-faire.

Des professionnels reconnus parmi lesquels* :

Estelle PATOUT
Nicolas PLEUTRET
Janine SCHLIMPERT
Louise DEHAYE
Nicolas DELBOURG
Elodie HENRY
Anne-Sophie CHABANON
Capucine HERVAUD
Chrystale HERAUD
Sébastien GAFARI
Alice CATROUX
Mickael MARTINS ALFONSO
Cyril LAMBERT
Aubin LAURENT
Elea TEILLIER

*Liste des intervenants non contractuelle, susceptible d'évoluer.

Annexe #1

Modalités d'évaluation :

Chaque compétence est évaluée par observation et comparaison avec les seuils et critères requis.

L'évaluation des soutenances est réalisée par un binôme de jurés professionnels dont un/une extérieur(e) au centre.

Bloc 1 : Analyse du cahier des charges du client en vue de la rédaction d'une proposition

L'évaluation des compétences de ce bloc sera composée d'une étude de cas ⁽¹⁾ et de mises en situation professionnelles ⁽²⁾ réunies dans un dossier de recherche

(1) Approche anthropologique, ethnologique et sociologique du design en lien avec la demande du client

(2) Élaboration d'un rapport de veille synthétisant les éléments se rapportant aux aspects technologiques, ergonomiques, sociologiques, esthétiques, économiques d'une analyse de territoire identitaire et création d'un portfolio d'activité personnelle.

Bloc 2 : Élaboration de la stratégie de design et formulation de recommandations

L'évaluation des compétences de ce bloc sera composée de mises en situation professionnelles collectives ⁽¹⁾ et individuelles ⁽²⁾ sous forme d'une recommandation stratégique

(1) Mises en situations professionnelles collectives pour des organisations clientes réelles (partenariats avec des entreprises ou des institutions) ou fictives (cas pédagogiques).

(2) Projet de création de marque

Bloc 3 : Management du processus de réalisation des projets de design

L'évaluation des compétences de ce bloc sera composée de mises en situation professionnelles collectives ⁽¹⁾ sous forme d'un dossier créatif

(1) - Réalisation d'une matrice d'affectation des tâches et la réalisation de plannings / Élaboration de scénarii et guides de développement prototypes, documents iconographiques de présentation et maquettes / Production de prototypes et maquettes

Bloc 4 : Gestion de la communication et valorisation des projets de design développés

L'évaluation des compétences de ce bloc sera composée d'une étude de cas ⁽¹⁾ et de mises en situation professionnelles individuelles ⁽²⁾ et collectives ⁽³⁾ sous forme d'un rapport de mission et d'un book

(1) Réalisation d'un dossier complet permettant la protection des données immatérielles

(2) Rédaction d'un bilan écrit synthétique relatant le déroulement du projet, forces et faiblesses du projet présenté, pistes d'amélioration / Rapport d'immersion professionnelle

(3) Présentation orale face au client

Annexe #2

Modalités pédagogiques :

L'action de formation sera de 462 heures étalées sur 12 mois à la fois en année 1 et en année 2, et réparties comme suit :

- 405h de face à face pédagogique
- 57h de formation en ligne, sur la plateforme e-learning de l'Ecole de Condé.

Le e-learning prévoit deux modalités pédagogiques :

- La classe inversée : le contenu théorique est abordé en autonomie par l'apprenant grâce aux vidéos de la plateforme e-learning puis le temps de face à face avec l'intervenant devient un lien d'application et d'échanges
- Parcours E-learning personnalisé : L'apprenant est acteur de son parcours. Il choisit dans le catalogue proposé par l'école deux modules e-learning adaptés à son projet professionnel