RÉPUBLIQUE DU CAMEROUN
PAIX – TRAVAIL – PATRIE

COOPÉRATION CAMEROUN
BANQUE MONDIALE

PROJET D'APPUI AU DÉVELOPPEMENT DE L'ENSEIGNEMENT SECONDAIRE ET DES COMPÉTENCES POUR LA CROISSANCE ET L'EMPLOI

UNITÉ DE COORDINATION DU PROJET

COORDINATION TECHNIQUE DE LA COMPOSANTE II

REPUBLIC OF CAMEROON
PEACE – WORK – FATHERLAND

CAMEROON – WORLD BANK
COOPERATION

SECONDARY EDUCATION AND SKILI DEVELOPMENT PROJECT

PROJECT COORDINATION UNIT

TECHNICAL COORDINATION OF COMPONENT II

REFERENTIEL DE FORMATION PROFESSIONNELLE

Selon l'Approche Par Compétences (APC)

METIER : COMMUNITY MANAGER

NIVEAU DE QUALIFICATION : TECHNICIEN

SECTEUR : NUMERIQUE

Edition 2024



Préface

Afin d'atteindre son objectif de développement à l'horizon 2035, le Gouvernement camerounais a placé la formation professionnelle comme un levier essentiel pour son développement économique et social. Il s'est engagé pour la période 2020-2030 dans un processus ambitieux de réformes et d'investissements visant à améliorer durablement l'accès à une éducation inclusive, équitable et de qualité, tout en renforçant l'efficacité de son pilotage sectoriel.

Eu égard aux défis identifiés, le Gouvernement de la République du Cameroun a reçu un crédit de l'Association Internationale pour le Développement (IDA) dans le but de financer les activités du Projet d'Appui au Développement de l'Enseignement Secondaire et des Compétences pour la Croissance et l'Emploi (PADESCE / P 170561).

C'est dans cette perspective que quarante-cinq (45) référentiels de formation ont été élaborés selon l'Approche Par Compétences dans les secteurs de l'Energie, le Numérique, l'Agro-alimentaire et les Bâtiments et Travaux Publics (BTP) et implantés dans certaines structures de formation professionnelle. A date, lesdits référentiels sont prêts à être mis en œuvre dans les structures de formation professionnelles.

Le présent référentiel de formation est donc un document de référence pour le dispositif de Développement de Compétences Techniques et Professionnelle au Cameroun.

Nous exhortons les acteurs de la formation professionnelle à contribuer à sa mise en œuvre.

Contenu

- ✓ **Rapport de l'Analyse de Situation de Travail (RAST)**
- ✓ **Référentiel de Métier-Compétence (RMC)**
- ✓ **Référentiel de Formation (RF)**
- ✓ **Référentiel d'Evaluation et de Certification (REC)**
- ✓ **Guide Pédagogique (GP)**
- ✓ **Guide d'Organisation Pédagogique et Matérielle (GOPM)**

EQUIPE D'ANIMATION DE L'AST (ANALYSE DE SITUATION DE TRAVAIL)

N°	Noms et Prénoms	Structures	Qualifications
1	**BELINGA BESSALA Simon**	Fiscagest Consulting and Contractor	Chef de mission
2	**ANONG Léon**	Fiscagest Consulting and Contractor	Méthodologue
3	**Dr. TELLA NEGOU Martial Larios**	Fiscagest Consulting and Contractor	Méthodologue

EQUIPE DE PRODUCTION

N°	Noms et Prénoms	Structures	Qualifications
1	**Dr. TCHOMGOUO NZALLI Gédéon**	Fiscagest Consulting and Contractor	Directeur de projet, Directeur Général
2	**BELINGA BESSALA Simon**	Fiscagest Consulting and Contractor	Chef de mission
3	**ANONG Léon**	Fiscagest Consulting and Contractor	Méthodologue
4	**Dr. TELLA NEGOU Martial Larios**	Fiscagest Consulting and Contractor	Méthodologue
5	**TIYON Guy**	Fiscagest Consulting and Contractor	Formateur
6	**MOUNGAM Cédric Emmanuel**	Fiscagest Consulting and Contractor	Formateur
7	**BABA MOUSTAPHA AMADOU**	Fiscagest Consulting and Contractor	Expert Métier
8	**LAMERE MOUTAPBEMO Eric**	Fiscagest Consulting and Contractor	Expert Métier
9	**NNOUBIGNIE Yves Emmanuel**	Fiscagest Consulting and Contractor	Révision linguistique
10	**TOUKAM Diandra**	Fiscagest Consulting and Contractor	Révision linguistique
11	**NTEDE Rosine Marina**	Fiscagest Consulting and Contractor	Révision linguistique

LISTES DES PERSONNES CONSULTÉES

N°	NOMS ET PRÉNOM	STRUCTURE	QUALIFICATION
1	BISSOHONG Ingrid	Auto Emploi	Community Manager
2	TIYON Guy	UCAC	Employabilité & Stages
3	BACHIROU ADIB	KULTRA/HITS2NGOLA	Community Manager
4	MALIAGO Ingrid	KAMIT GLAM	Community Manager
5	MOUNGAM Cedric Emmanuel	ESSEC- DOUALA	Enseignant
6	BACHIROU Adib	Auto Emploi	Community Manager
7	OWONO Fanny	Auto Emploi	Community Manager

REMERCIEMENTS

Ce Référentiel de Formation a été élaboré et sera exploité grâce à l'impulsion de Monsieur ISSA TCHIROMA BAKARY, Ministre de l'Emploi et de la Formation Professionnelle, dans le cadre du développement des Référentiels de Formation Professionnelle selon l'Approche Par Compétences (APC) au Projet d'Appui au Développement de l'Enseignement Secondaire et des Compétences pour la Croissance et l'Emploi (PADESCE). Aussi, tenons-nous à exprimer au Ministre de l'Emploi et de la Formation Professionnelle notre profonde gratitude pour cette opportunité offerte qui permettra la normalisation de la formation et la valorisation du métier community manager au Cameroun.

En outre, nous apprécions à sa juste valeur la collaboration avec les différents acteurs de la formation professionnelle (Experts-Métiers, Formateurs et Entreprises) dans le cadre de la rédaction des contenus du présent Référentiel de Formation.

Que ces acteurs consultés, dont les noms figurent sur la liste ci-jointe, trouvent ici l'expression de nos remerciements pour leur disponibilité et leurs contributions pertinentes qui seront significatives à la production d'un Référentiel de Formation Professionnelle de qualité, pour le métier de community manager.

TABLE DES MATIÈRES

PREFACE V

EQUIPE D'ANIMATION DE L'AST (ANALYSE DE SITUATION DE TRAVAIL) VII

EQUIPE DE PRODUCTION VII

LISTES DES PERSONNES CONSULTÉES VIII

REMERCIEMENTS IX

TABLE DES MATIÈRES X

RAPPORT DE L'ANALYSE DE SITUATION DE TRAVAIL (RAST) 1

ABREVIATIONS ET ACRONYMES 2

INTRODUCTION 3

PREMIERE PARTIE : DESCRIPTION GÉNÉRALE DE LA PROFESSION 5

1. DEFINITION DE LA FONCTION DE TRAVAIL 6
2. CONTEXTE PROFESSIONNEL 6
2.1. DESCRIPTION DE L'ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL 6
2.2. ÉVOLUTION TECHNOLOGIQUE ET FACTEURS D'INTERET POUR L'EXERCICE DE LA PROFESSION 7
- *Évolution technologique et conséquences 7*
- *Facteurs d'intérêt pour l'exercice de la profession 8*
3. APPELLATIONS COURANTES DE LA FONCTION DE TRAVAIL 8
4. PERSPECTIVES ET CHEMINEMENT D'EMPLOI 8
5. CONDITIONS D'EMBAUCHE, REMUNERATION ET HORAIRES DE TRAVAIL – CONDITIONS D'ACCES A LA FORMATION 9
a) Conditions d'embauche, rémunération et horaires de travail 9
b) Conditions d'accès à la formation 9
6. ACCESSIBILITE DES FEMMES AU METIER 10
7. IMPACT DU METIER SUR L'ENVIRONNEMENT 10
a) Au niveau de la santé et de la sécurité 10
b) Au niveau de l'environnement 10
8. FORMATION EN MILIEU DE TRAVAIL 10

DEUXIEME PARTIE : DESCRIPTION DU TRAVAIL 11

1. CONCEPTS ET DEFINITIONS 12
2. DETERMINATION DES TACHES ET DES OPERATIONS 13
3. TABLEAU DES TACHES ET DES OPERATIONS DU COMMUNITY MANAGER 15
4. CONDITIONS DE REALISATION DES TACHES ET CRITERES DE PERFORMANCE 16
5. IMPORTANCE RELATIVE, FREQUENCE ET COMPLEXITE DES TACHES 21
6. CONNAISSANCES, HABILETES ET ATTITUDES 22
7. SUGGESTIONS CONCERNANT LA FORMATION 24

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES 26

REFERENTIEL DE METIER-COMPETENCES (RMC) 28

ABREVIATIONS ET ACRONYMES 29

INTRODUCTION 30

A. PRESENTATION SUCCINCTE DE LA DEMARCHE DE L'INGENIERIE PEDAGOGIQUE, DU REFERENTIEL DE METIER ET DES AUTRES REFERENTIELS ET GUIDES 32

B. PRESENTATION SOMMAIRE DU MANDAT ET DE LA DÉMARCHE DE RÉALISATION 33

C. PRESENTATION DU METIER ET DE SA SITUATION GENERALE SUR LE MARCHE DU TRAVAIL . 35

DESCRIPTION GÉNÉRALE DU MÉTIER DE COMMUNITY MANAGER 35

PREMIERE PARTIE : RESULTATS DE L'ANALYSE DE SITUATION DE TRAVAIL (RAST) 39

I.1.1. DEFINITION DES TERMES USUELS 40

I.1.2. TABLEAU DES TACHES ET OPERATIONS 41
I.1.3. PROCESSUS DE TRAVAIL 43
I.1.4. CONDITIONS DE REALISATION ET LES CRITÈRES DE PERFORMANCE 43
I.1.5. CONNAISSANCES, HABILITES ET ATTITUDES. 48
I.1.6. SUGGESTIONS POUR LA FORMATION. 49
DEUXIEME PARTIE : PRESENTATION DES COMPETENCES 51
I.2.1. PRESENTATION DE LA NOTION DE COMPETENCE GENERALE ET DE COMPETENCE PARTICULIERE 52
I.2.2. LISTE DES COMPETENCES GENERALES. 52
I.2.3. LISTE DES COMPETENCES PARTICULIERES. 52
I.2.4. MATRICE DES COMPETENCES. 53
I.2.5. TABLE DE CORRESPONDANCE 55
COMPÉTENCE 01: COMMUNIQUER EN MILIEU PROFESSIONNEL 55
COMPETENCE 02 : PRÉVENIR LES ATTEINTES À L'HYGIÈNE, À LA SANTE, À LA SÉCURITÉ, À L'INTÉGRITÉ PHYSIQUE ET À L'ENVIRONNEMENT 55
COMPÉTENCE 03 – UTILISER LES FONCTIONS DE BASE EN INFORMATIQUE 56
COMPÉTENCE 04 : APPLIQUER LES PRINCIPES DU MARKETING FONDAMENTAL 56
COMPÉTENCE 06 : UTILISER LES DONNEES SUR LE COMPORTEMENT DES CONSOMMATEURS 57
COMPÉTENCE 05 : EXPLOITER LES ASPECTS LÉGAUX ET ÉTHIQUES 57
COMPÉTENCE 07: DÉVELOPPER LES STRATÉGIES DE CONTENU 57
COMPÉTENCE 08 : ELABORER LE MIX DIGITAL 58
COMPÉTENCE 09 : ORGANISER LES ÉVÉNEMENTS EN LIGNE 58
COMPÉTENCE 10: GÉRER UNE PLATEFORME DIGITALE 59
COMPÉTENCE 11 : GÉRER LA E- RÉPUTATION 59
REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES 60
REFERENTIEL DE FORMATION (RF) 62
II.1. PRESENTATION D'UN REFERENTIEL DE FORMATION 64
II.2. PRÉSENTATION DES CONCEPTS ET DES PRINCIPALES DÉFINITIONS 65
II.3. DESCRIPTION SYNTHESE DU REFERENTIEL DE FORMATION 66
PREMIERE PARTIE : OBJETS DE LA FORMATION 69
II.4. BUTS DU REFERENTIEL 70
II.5. ÉNONCE DES COMPETENCES 71
II.6. MATRICE DES OBJETS DE FORMATION 71
II.7 LOGIGRAMME 74
DEUXIEME PARTIE : PRESENTATION DETAILLEE DES COMPÉTENCES DU REFERENTIEL 75
MODULE N°01 : MÉTIER ET FORMATION 76
MODULE 02: COMMUNICATION EN MILIEU PROFESSIONNEL 78
MODULE N°03 : HYGIENE, SANTE, SECURITE ET ENVIRONNEMENT 79
MODULE N° 04: NOTIONS DE BASE EN INFORMATIQUE 81
MODULE N° 05 : LES PRINCIPES DU MARKETING FONDAMENTAL 82
MODULE N° 06 : LES ASPECTS LEGAUX ET ETHIQUE DU DIGITAL 84
MODULE N° 07: LES DONNEES SUR LE COMPORTEMENT DES CONSOMMATEURS 85
MODULE N° 08 : LES STRATEGIES DE CONTENU 87
MODULE N° 09 : ELABORATION DU MIX DIGITAL 89

MODULE N°10 : ORGANISATION DES EVENEMENTS EN LIGNE 90
MODULE N° 11 : GESTION D'UNE PLATEFORME DIGITALE 92
MODULE N°12 : GESTION DE LA E-REPUTATION 94
MODULE N°13 : ENTREPRENEURIAT 96
MODULE N°14: STAGE 98
REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES 100
REFERENTIEL D'EVALUATION ET DE CERTIFICATION (REC) 102
ABRÉVIATIONS ET ACRONYMES 103
III.1. PRESENTATION D'UN REFERENTIEL D'EVALUATION 104
A). NATURE 104
B) STRUCTURE 104
C) FINALITÉS 104
D) MODALITÉS D'ÉVALUATION DES COMPÉTENCES 105
E) ELÉMENTS PRESCRIPTIFS 105
III.2. PRÉSENTATION DES CONCEPTS ET DES PRINCIPALES DÉFINITIONS 105
A) CONCEPTS 105
B) PRINCIPALES DÉFINITIONS 106
III.3. DESCRIPTION SYNTHÈSE DU RÉFÉRENTIEL DE FORMATION 107
A) TABLEAU SYNTHÈSE DU RÉFÉRENTIEL DE FORMATION 108
B) TABLEAU D'ANALYSE DES COMPÉTENCES GÉNÉRALES ET DU PROCESSUS DE TRAVAIL 110
C) TABLE D'ANALYSE DES CRITÈRES GÉNÉRAUX DE PERFORMANCE 112
III.4. PRESENTATION DES OUTILS 113
A) TABLEAU DE SPÉCIFICATIONS 113
B) DESCRIPTION DE L'ÉPREUVE 113
C) FICHE D'ÉVALUATION 113
III.5. EVALUATION DES COMPÉTENCES 114
A. MODALITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE 114
B. ÉLÉMENTS D'ÉVALUATION 114
C. ÉVALUATION SOMMATIVE 114
COMPÉTENCES TRADUITES EN SITUATIONS 118
COMPÉTENCE 01 : SE SITUER AU REGARD DU MÉTIER ET DE LA FORMATION 118
COMPETENCE 02 : COMMUNIQUER EN MILIEU PROFESSIONNELLE 123
COMPETENCE 03 : PREVENIR LES ATTEINTES LIEES A LA SANTE, A LA SECURITE AU TRAVAIL ET A L'ENVIRONNEMENT 128
COMPÉTENCE 13 : RECHERCHER UN EMPLOI 135
COMPETENCE 14 : S'INTEGRER EN MILIEU PROFESSIONNEL 140
COMPÉTENCES TRADUITES EN COMPORTEMENT 144
COMPETENCE 04 : UTILISER LES NOTIONS DE BASE EN INFORMATIQUE 144
COMPÉTENCE 05: APPLIQUER LES PRINCIPES DU MARKETING FONDAMENTAL 150
COMPÉTENCE 06: EXPLOITER LES ASPECTS LEGAUX ET ETHIQUES DU DIGITAL 156
COMPÉTENCE 07: UTILISER LES DONNEES SUR LE COMPORTEMENT DES CONSOMMATEURS 161
COMPÉTENCE 08: DEVELOPPER LES STRATEGIES DE CONTENU 168
COMPÉTENCE 09: ELABORER LE MIX DIGITAL 175
COMPÉTENCE 10: ORGANISER LES EVENEMENTS EN LIGNE 180
COMPÉTENCE 11: GERER UNE PLATEFORME DIGITALE 186
COMPÉTENCE 12: GERER DE LA E-REPUTATION 192
REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES 164
GUIDE PEDAGOGIQUE (GP) 166

ABRÉVIATIONS ET ACRONYMES 167
PREMIERE PARTIE : STRATEGIES DE FORMATION 168
IV.1. PRÉSENTATION GENERALE DU GUIDE 169
A) NATURE 169
B) BUTS 169
IV.2. PRINCIPES PÉDAGOGIQUES 170
IV.3. PROJET DE FORMATION ET INTENTIONS PÉDAGOGIQUES 171
IV.4. PRÉSENTATION GÉNÉRALE DU RÉFÉRENTIEL DE FORMATION 171
IV.5. LISTE DES COMPÉTENCES 172
IV.6. STRATEGIES PEDAGOGIQUES 175
IV.7. PRÉSENTATION DU CHRONOGRAMME 176
DEUXIEME PARTIE : SUGGESTIONS PEDAGOGIQUES 179
IV.8. PRESENTATION DES FICHES DE SUGGESTION PEDAGOGIQUES 180
COMPETENCE 01 : SE SITUER AU REGARD DU METIER ET DE LA FORMATION 181
COMPETENCE 02 : COMMUNIQUER EN MILIEU PROFESSIONNEL 183
COMPETENCE 03 : PREVENIR LES ATTEINTES A LA SANTE, A LA SECURITE, A L'INTEGRITE PHYSIQUE ET L'ENVIRONNEMENT 187
COMPETENCE 04 : UTILISER LES NOTIONS DE BASE EN INFORMATIQUE 191
COMPETENCE 05 : APPLIQUER LES PRINCIPES DU MARKETING FONDAMENTAL 195
COMPETENCE 06 : EXPLOITER LES ASPECTS LEGAUX ET ETHIQUES DU DIGITAL 198
COMPETENCE 07 : UTILISER LES DONNEES SUR LE COMPORTEMENT DES CONSOMMATEURS 200
COMPETENCE 08 : DEVELOPPER LES STRATEGIES DE CONTENU 205
COMPETENCE 09 : ELABORER LE MIX DIGITAL 209
COMPETENCE 10 : ORGANISER LES EVENEMENTS EN LIGNE 212
COMPETENCE 11 : GERER UNE PLATEFORME DIGITALE 216
COMPETENCE 12 : GÉRER LA E-REPUTATION 220
COMPETENCE N°13 : Rechercher un emploi 226
COMPETENCE 14 : S'intégrer en milieu professionnel 228
REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES 235
GUIDE D'ORGANISATION PEDAGOGIQUE ET MATERIELLE (GOPM) 237
ABRÉVIATIONS ET ACRONYMES 238
V.1. INTRODUCTION ET PRÉSENTATION DU GUIDE D'ORGANISATION PÉDAGOGIQUE ET MATÉRIELLE 239
V.2. BUTS DU RÉFÉRENTIEL DE FORMATION 240
V.3. DESCRIPTION DU REFERENTIEL DE FORMATION 240
V.4. ORGANISATION DE LA FORMATION 244
1- CONDITIONS D'ADMISSION 244
2- PRESENTATION DU LOGIGRAMME 245
3- PRESENTATION DU CHRONOGRAMME 247
4- MODES D'ORGANISATION A PRIVILEGIER 250
5- PROMOTION DU PROGRAMME 254
V.5. LES RESSOURCES HUMAINES 255
1- QUALIFICATIONS PROFESSIONNELLES 255
2- BESOINS QUANTITATIFS EN MATIERE DE RESSOURCES HUMAINES 256
3- ORIENTATION DU RECRUTEMENT ET COMPETENCES RECHERCHEES 256
4- PERFECTIONNEMENT DES FORMATEURS 257
V.6. L'ORGANISATION PHYSIQUE ET MATÉRIELLE 259
6- 1- RESSOURCES MATERIELLES 259

6-1-1 Machinerie, équipement et accessoires 260
6-1-2 Outils et instruments 263
6-1-3 Matériels de sécurité 266
6-1-4 Matière d'œuvre et matière première 269
6-1-5 Mobilier et équipement de bureau 270
6-1-6 Matériel audiovisuel et informatique. 271
6-1-7 Matériel didactique 272
6- 2- RESSOURCES PHYSIQUES 274
6.2.1. SCENARIO DE RECHANGE 274
RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES 280

RAPPORT DE L'ANALYSE DE SITUATION DE TRAVAIL (RAST)

ABREVIATIONS ET ACRONYMES

APC	Approche Par Compétences
AST	Analyse de la Situation de Travail
BT	Brevet de Technicien
CMR	Cameroun
CQP	Certificat de Qualification Professionnelle
DFOP	Direction de la Formation et de l'Orientation Professionnelles
DQP	Diplômes de Qualification Professionnelle
DTS	Diplôme de Technicien Spécialisé
EPC	Équipements de Protection Collective
EPI	Équipements de Protection Individuelle
FP	Formation Professionnelle
GECAM	Groupement des Entreprises du Cameroun
GOPM	Guide d'Organisation Pédagogique et Matérielle
GP	Guide Pédagogique
IGF	Inspection Générale des Formations
MINEFOP	Ministère de l'Emploi et de la Formation Professionnelle
OIF	Organisation Internationale de la Francophonie
OWASP	Open Web Application Security Project
PADESCE	Projet d'Appui au Développement de l'Enseignement Secondaire et des Compétences pour la Croissance et l'Emploi
RAST	Rapport d'Analyse de Situation de Travail
RF	Référentiel de Formation
RMC	Référentiel de Métier Compétences
SND30	Stratégie Nationale de Développement du Cameroun 2030
VAE	Validation des Acquis de l'Expérience
WAF	Web Application Firewall

INTRODUCTION

En janvier 2020, le Cameroun a adopté la Stratégie Nationale de Développement 2020-2030 (SND30) pour la transformation structurelle et le développement inclusif, nouveau cadre de référence pour son action de développement au cours de la décennie 2020-2030. Tout en articulant les engagements internes et internationaux du pays au plan économique, social et environnemental, la SND30 repose sur un certain nombre de piliers parmi lesquels la transformation structurelle de l'économie, qui a identifié des secteurs porteurs, potentiels leviers d'accélération d'une croissance économique forte et inclusive. Ces secteurs sont entre autres : Industrie de l'Energie, Agro-industrie, Numérique, Forêt-Bois, Textile-Confection- Cuir, Mines-Métallurgie-Sidérurgie, Construction-Services-Professionnels, Scientifiques-Techniques, Hydrocarbures-Raffinage-Pétrochimie.

Pour réussir la transformation structurelle de son économie, le Cameroun mise sur le développement du capital humain, qui constitue un facteur clé au développement économique et en particulier à l'industrialisation. En effet, il est indispensable pour une société qui ambitionne de booster son secteur industriel de disposer d'une main d'œuvre suffisante et de bonne qualité. Pour ce faire, il est nécessaire de mettre en œuvre des politiques adéquates dans les domaines de l'éducation et de la formation entre autres. Dans cette optique, le Gouvernement entend accroître l'offre qualitative de formation professionnelle et technique, améliorer l'employabilité où un accent sera mis entre autres sur le renforcement des capacités des travailleurs du secteur informel sur les techniques et technologies innovantes.

D'autre part, les interventions du Gouvernement en ce qui concerne l'axe de **Mise en adéquation formation-emploi et Amélioration du système d'insertion professionnelle**, porteront principalement sur l'adéquation de l'offre de formation aux besoins du secteur productif en main d'œuvre suffisante et de qualité et la mise en place d'un dispositif d'apprentissage.

En effet, la SND30 prescrit en matière de formation professionnelle de s'orienter vers une ingénierie qui prenne en compte les politiques, les outils d'accompagnement et de planification pédagogiques. Ces politiques et outils doivent être de nature à favoriser la mise en œuvre des démarches de conception, d'organisation, d'exécution et d'évaluation des actions de formation. Par conséquent doivent se rapprocher autant que possible des réalités endogènes.

C'est dans l'optique de l'opérationnalisation de ces axes stratégiques que le Gouvernement a initié, avec l'appui de la Banque Mondiale, le **Projet d'Appui au Développement de l'Enseignement Secondaire et des Compétences pour la Croissance et l'Emploi (PADESCE).** Le PADESCE envisage : (i) d'accroître un accès équitable à une éducation de qualité et la rétention des apprenants dans l'enseignement secondaire général, dans des zones ciblées en mettant un accent sur les filles ; et, (ii) d'améliorer l'accès, la qualité et la pertinence des programmes de développement des compétences dans certains secteurs économiques de croissance. Il s'agit pour ce dernier objectif de renforcer le développement des compétences adaptées au marché de l'emploi en vue de satisfaire les besoins de certains périmètres stratégiques d'industrialisation du Cameroun en droite ligne des orientations contenues dans la SND30 et principalement dans les secteurs du Bâtiment et Travaux Publics, du Numérique, de l'Energie et de l'Agro-industrie.

Ses axes d'intervention sont structurés autour des sous composantes suivantes :

- Améliorer la pertinence et la qualité des programmes de développement des compétences (Elaboration des référentiels et formation des formateurs)

- Augmenter l'accès équitable aux programmes de développement des compétences (Fonds Compétitif de Développement des Compétences)

- Renforcer les capacités institutionnelles du système de développement des compétences (SNDCTP, CNCQ, plateformes d'informations).

Pour ce qui est de la sous-composante dédiée à l'amélioration de la pertinence et de la qualité des programmes de développement des compétences, la mise en place d'un dispositif de formation de qualité répondant aux normes et standards internationaux accessible à tous se fait entre autres à travers l'élaboration de soixante-quatre (**64**) référentiels de formation selon l'ingénierie pédagogique de l'Approche par Compétences (APC), dont dix-neuf (**19**) au **MINESEC** et quarante-cinq (**45**) au **MINEFOP** dans les quatre secteurs du Projet. Cette démarche vise pour l'essentiel à améliorer l'employabilité de ceux qui frappent à la porte du très fluctuant et très exigeant marché de l'emploi, en les dotant des connaissances et compétences les rendant aptes à s'auto employer, ou à s'insérer efficacement dans une chaine de production des valeurs, des biens et des services nécessaires à l'amélioration des performances économiques dans un cadre local, national ou global donné et ainsi, de contribuer de manière efficiente aux transformation socio-économiques correspondantes.

Dans l'optique de renforcer les capacités internes du MINEFOP en matière d'ingénierie pédagogique de l'APC, les trente (30) premiers référentiels ont été élaborés par l'équipe ministérielle suivant une approche axée sur la formation – action, la qualité des référentiels produits étant assurée par des méthodologues et professionnels expérimentés. L'objectif étant que ces documents pédagogiques soient toujours le reflet de nos réalités contextuelles pour une meilleure appropriation par les organismes de formation et le monde professionnel, en vue d'une meilleure adéquation formation - emploi.

Il a été agréé que parallèlement à l'élaboration des 30 référentiels par l'équipe ministérielle, l'élaboration des 15 derniers, pour le compte de la quatrième génération de la composante 2 du Projet, sera confiée par Appel d'Offre conformément à la réglementation en vigueur à un Cabinet privé justifiant d'une expérience avérée en la matière. S'il est bien mené, le processus viendra ainsi concrétiser la volonté du Gouvernement de doter le système national d'éducation et de formation de nouveaux outils pédagogiques émanant des besoins du système productif et conformes aux normes et standards en la matière et dont le résultat, nous l'espérons, ne tarderont pas à se faire sentir en termes d'emplois décents pour nos jeunes et d'amélioration de la productivité et de la compétitivité de notre économie.

Ainsi compris, le référentiel dont la présente production est méthodologiquement liée à la démarche en question, se veut un outil pratique de référence à la disposition des formateurs dans le métier de Community Manager.

PREMIERE PARTIE : DESCRIPTION GÉNÉRALE DE LA PROFESSION

1. DEFINITION DE LA FONCTION DE TRAVAIL

Un Community Manager ou gestionnaire de communauté est un professionnel chargé d'animer et gérer les communautés en ligne pour le compte d'une organisation, d'une marque, ou d'un individu. Son rôle est de développer et de maintenir une présence positive et engageante sur les réseaux sociaux et autres plateformes en ligne, en interagissant avec les utilisateurs et en créant du contenu pertinent.

Ses principales missions sont les suivantes :

- créér un contenu, c'est-à-dire élaborer des messages, des images, des vidéos, et d'autres types de contenu pour les réseaux sociaux ;
- gérer les réseaux sociaux c'est-à-dire administrer les comptes de réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, etc.), planifier et diffuser les contenus, publier du contenu ;
- animer la communauté c'est-à-dire interagir avec les abonnés, répondre aux commentaires et aux messages, animer les discussions ;
- développement de la communauté c'est-à-dire sponsoriser les pages, ciblages ;
- assurer la modération des commentaires et des discussions pour maintenir une atmosphère positive et respectueuse ;
- analyser les performances c'est-à-dire utiliser les outils d'analyse pour mesurer l'efficacité des campagnes et des publications, et ajuster les stratégies en conséquence ;
- faire la veille concurrentielle c'est-à-dire suivre les tendances du secteur, les activités des concurrents, et les discussions autour de la marque ;
- planifier les posts c'est-à-dire Planifier et organiser la publication de contenus sur les différents canaux sociaux ;
- gérer la e-réputation c'est-à-dire corriger la communication en ligne.

2. CONTEXTE PROFESSIONNEL

2.1. Description de l'environnement de travail

L'environnement de travail d'un Community Manager, est dynamique et axé sur la résolution de problèmes. La plupart des Community Managers travaillent dans un bureau, soit au sein d'une entreprise, d'une agence de communication ou de marketing, soit pour une organisation à but non lucratif. De nombreux Community Managers ont la possibilité de travailler à distance, surtout depuis la popularisation du télétravail. Ils peuvent gérer leurs tâches depuis chez eux ou depuis tout autre lieu disposant d'une connexion internet stable. Certains Community Managers indépendants ou freelances utilisent des espaces de coworking pour bénéficier d'un environnement professionnel et de la possibilité de réseauter.

Les Community Managers doivent être à l'aise avec les technologies de réseau, les systèmes d'exploitation, ordinateur et smartphone, outils de gestion des réseaux, logiciels de création de contenu, outils d'analyse, outils de veille. Le Community Manager peut faire face à des situations stressantes, comme la gestion de crises ou de commentaires négatifs. La nécessité de rester à jour avec les nouvelles technologies, plateformes et tendances des réseaux sociaux. Capacité à gérer plusieurs tâches et projets simultanément tout en respectant les délais serrés.

Secteur d'activité

Son rôle s'étend à divers secteurs d'activité, chacun présentant des spécificités et des défis uniques (marketing et publicité, technologie et startups, mode et beauté, médias et divertissement, commerce de détail et E-commerce, Éducation, santé et bien-être, secteur non lucratif et associations, tourisme et hôtellerie, jeux vidéo). Il doit pouvoir avoir une grande capacité d'adaptation.

Condition de travail

La condition de travail d'un Community Manager varie en fonction de plusieurs facteurs, y compris l'employeur, le type de contrat (permanent ou indépendant), et la nature des projets sur lesquels il travaille. Le Community Manager est souvent confronté à des horaires flexibles, car il doit s'adapter aux besoins et aux contraintes des clients. Les horaires peuvent être flexibles, mais un Community Manager doit souvent être disponible en dehors des heures de bureau traditionnelles pour répondre aux interactions en temps réel, gérer les crises, ou suivre l'actualité des réseaux sociaux. Il peut être nécessaire de travailler pendant les week-ends et les jours fériés, surtout en cas de lancements de produits, de campagnes spéciales, ou de gestion de crise (e- réputation).

2.2. Évolution technologique et facteurs d'intérêt pour l'exercice de la profession

- **Évolution technologique et conséquences**

L'évolution technologique a élargi le champ d'action des community manager, augmentant à la fois les opportunités et les défis associés à ce rôle. Ils doivent désormais maîtriser une gamme étendue d'outils et de compétences pour répondre aux attentes croissantes des utilisateurs et contribuer efficacement aux objectifs de l'entreprise.

Évolutions technologiques

- Réseaux sociaux et plateformes de communication ;
- Outils de gestion et d'analyse ;
- Automatisation et intelligence artificielle (ia) ;
- Marketing de contenu ;
- Sécurité et confidentialité.

Conséquences sur le métier du Community Manager

- Complexité et compétences multiples ;
- Engagement et interactions en temps réel ;
- Gestion de la réputation ;
- Analyse de performance et roi ;

- Évolution du rôle ..

- **Facteurs d'intérêt pour l'exercice de la profession**

La profession de community manager attire par la diversité des tâches et des compétences requises, les interactions enrichissantes avec la communauté, et les nombreuses opportunités d'évolution et de développement professionnel.

C'est un métier dynamique qui combine créativité, technologie, et stratégie, offrant ainsi un environnement de travail stimulant et enrichissant. L'exercice de la profession de community manager repose sur plusieurs facteurs d'intérêt qui attirent les professionnels vers ce métier. Ces facteurs peuvent être regroupés en plusieurs catégories, incluant les aspects créatifs, techniques, relationnels et stratégiques.

- Aspects créatifs ;
- Aspects techniques ;
- Aspects relationnels ;
- Aspects stratégiques ;
- Aspects professionnels et évolutifs ;
- Aspects de marché et opportunités ;
- Impact et visibilité.

3. APPELLATIONS COURANTES DE LA FONCTION DE TRAVAIL

Les appellations courantes de la fonction de travail d'un Community Manager (CM) peuvent être **:**

- Digital Community Manager ;
- Online Community Manager ;
- Content Manager ;
- Community Engagement Manager ;
- Digital Engagement Manager ;
- Online Relations Manager.

4. PERSPECTIVES ET CHEMINEMENT D'EMPLOI

Le métier de community manager offre un parcours professionnel riche et varié, avec de nombreuses opportunités d'évolution vers des rôles de responsabilité dans le domaine du marketing digital et de la communication. La clé du succès réside dans l'acquisition continue de compétences, l'adaptation aux nouvelles technologies et la capacité à intégrer des stratégies innovantes.

Voici un aperçu des perspectives et du cheminement d'emploi typiques pour un community manager :

- Social Media Manager ;
- Digital Marketing Manager ;
- Content Creator ;
- Social Media Buyer ;
- Customer Expérience Manager ;
- Brand Digital Manager ;
- Influenceur ;
- Consultant en Réseaux Sociaux ;

- Copywriter.

5. CONDITIONS D'EMBAUCHE, REMUNERATION ET HORAIRES DE TRAVAIL – CONDITIONS D'ACCES A LA FORMATION

a) Conditions d'embauche, rémunération et horaires de travail

Conditions d'embauche

L'accès au métier passe généralement par les offres d'emplois qui sont publiées à travers divers canaux de diffusion, notamment la presse écrite, la radio et même la télévision. De plus en plus, ces offres sont également diffusées sur le réseau Internet dans des sites spécialisés. Enfin, certaines entreprises recourent aux services des cabinets de recrutement dont le fonctionnement est régi par une règlementation fixée par le Ministère des Postes et Télécommunications.

Le technicien ou la technicienne spécialisé en community manager peut être recruté à partir :

- Du DTS en community manager ;
- Du CQP en informatique de gestion avec une expérience d'au moins deux ans dans le domaine, etc.

Les équivalents du sous-système anglophone sont également admis.

En plus du diplôme requis, les employeurs peuvent également demander une expérience préalable en communication, en gestion de contenu, en service client et en analyse de données.

Rémunération

En dépit de l'absence ou de la non-disponibilité d'une convention collective pour le secteur, l'offre de rémunération est généralement très attrayante et les conditions de rémunération sont fixées en accord avec les parties entre l'entreprise et la personne recrutée. Les techniciens community manager sont recrutés au moins en 8ième minimum.

Horaires de travail

Quant aux horaires de travail, ils sont définis par la règlementation en vigueur. Le technicien community manager travaille généralement pendant 8 à 12 heures de travail par jour. Toutefois, ces durées peuvent être influencées par l'affluence et les conditions de travail, les heures supplémentaires sont rémunérées. Le travail nécessite parfois des horaires adaptés (temps perdu pendant une panne du réseau, intempéries etc.…).

b) Conditions d'accès à la formation

L'accès à la formation est ouvert aux personnes des deux sexes remplissant les conditions ci-après :

- Être âgé(e) d'au moins dix-sept ans ;
- Avoir le niveau terminale ;
- Être titulaire d'un DQP en Informatique ;
- Subir avec succès à un test de sélection à l'entrée en formation.

NB : Les équivalents du sous-système anglophone sont également admis.

6. ACCESSIBILITE DES FEMMES AU METIER

Les professionnels sont unanimes que l'accessibilité des femmes dans le métier de community manager est faible en raison des traditions culturelles, les stéréotypes de genre et les préjugés persistants. Historiquement, le domaine du numérique a été largement dominé par les hommes, ce qui a créé des barrières et des déséquilibres de genre. Cependant, au fil du temps, il y a eu une prise de conscience croissante de l'importance de la diversité et de l'inclusion dans ce secteur. Des initiatives visant à encourager les femmes à poursuivre des carrières techniques et à briser les stéréotypes ont été mises en place régulièrement dans les entreprises. Dans certaines entreprises, il existe des programmes de mentorat, des initiatives de sensibilisation et des efforts pour créer un environnement de travail plus égalitaire. Bien que des progrès aient été réalisés, il reste encore du travail à faire pour surmonter les obstacles et créer des opportunités égales pour les femmes dans le métier de community manager.

7. IMPACT DU METIER SUR L'ENVIRONNEMENT

a) Au niveau de la santé et de la sécurité

Le travail community manager peut-être très stressant, et l'agent est soumis à une sédentarité qui peut entrainer des problèmes de santé liés à la posture. L'utilisation prolongée des écrans peut causer de la fatigue oculaire, des maux de tête et des troubles de la vision. La lumière bleue émise par les écrans peut perturber le rythme circadien et causer des troubles du sommeil. Le travail prolongé sur écran peut également être à l'origine des troubles musculosquelettiques (TMS) et du stress. Les observations cliniques des médecins du travail montrent chez les professionnels de la filière la fatigue mentale, les symptômes d'épuisement, les troubles dépressifs, l'anxiété… La mesure principale de sécurité est la vigilance et le respect des normes de sécurité individuelle et principes ergonomiques en milieu de travail (usage des protecteurs d'écran, chaises confortables, meilleurs niveaux de contraste et de luminosité, etc.) et le respect des normes de sécurité collective.

b) Au niveau de l'environnement

Ce métier, bien qu'immatériel en apparence, peut avoir un impact environnemental non négligeable. Nous citerons la consommation d'énergie, la pollution liée aux déchets électroniques.

8. FORMATION EN MILIEU DE TRAVAIL

La formation continue est essentielle pour le community manager en raison de l'évolution rapide des technologies et des tendances du marché. Les professionnels du community manager doivent donc être prêts à apprendre et à s'adapter en permanence.

DEUXIEME PARTIE : DESCRIPTION DU TRAVAIL

Sont présentés dans cette partie, les définitions usuelles, le processus de travail, les tâches et opérations, les conditions de réalisation et les critères de performance rattachés au métier de Technicien spécialisé en community manager.

1. CONCEPTS ET DEFINITIONS

Quelques définitions sont consignées dans cette partie pour faciliter la compréhension des aspects ci-dessus évoqués.

- **Les tâches :**
  - Sont les principales activités qu'une personne doit mener dans l'exercice de sa profession;
  - Sont les différents types de travaux qui sont exécutés de façon régulière ou ponctuelle ;
  - Correspondent à un ensemble d'actions permettant d'obtenir un résultat précis, un service ou un produit particulier.

- **Les opérations :**
  - Correspondent aux étapes à franchir pour remplir une tâche donnée;
  - Décrivent de quelle manière est exécutée une tâche.

- **Les conditions de réalisation :**
  - Renvoient à la situation dans laquelle la tâche s'effectue ;
  - Précisent le degré d'autonomie entourant l'exécution de la tâche, les consignes et les normes à respecter ;
  - renseignent sur les lieux de travail, les conditions environnementales et l'équipement utilisé pour exécuter une tâche;
  - indiquent les références à consulter et le matériel nécessaire à l'exécution d'une tâche donnée.

- **Les critères de performance :**
  - Indiquent les caractéristiques observables et mesurables pour évaluer les éléments essentiels d'une réalisation satisfaisante d'une tâche ;
  - Indiquent les caractéristiques observables et mesurables pour évaluer les produits réalisés pendant le processus de réalisation d'une tâche ;
  - Sont énoncés sous forme d'exigences, de normes de qualité et de règles qui permettent de voir que la tâche est bien exécutée.

- **Processus de Travail**

Le processus de travail vise à mettre en évidence les principales étapes d'une démarche logique pour l'exécution de l'ensemble des tâches d'un métier ou d'une profession. Le processus de travail suivant est couramment observé et est assez générique pour coller aux différentes situations de travail :

- planifier le travail ;

- effectuer le travail en respectant les mesures de sécurité ;

- contrôler la qualité du travail ;

- rendre compte.

2. DETERMINATION DES TACHES ET DES OPERATIONS

Les tâches sont les actions qui correspondent aux principales activités de l'exercice du métier analysé. Une tâche est structurée, autonome et observable. Elle a un début déterminé et une fin précise. Dans l'exercice d'un métier, qu'il s'agisse d'un produit, d'un service ou d'une décision, le résultat d'une tâche doit présenter une utilité particulière et significative.

Les informations recueillies permis de :

- déterminer les tâches principales qui structurent l'activité de community manager ;

- établir les opérations correspondant à chacune des tâches, c'est-à-dire les actions qu'implique la réalisation de cette tâche ;

- ordonnancer les tâches et les opérations.

L'exercice de détermination des tâches a permis de proposer ce qui suit :

N°	Tâches
1	Préparer un plan d'action
2	Créer du contenu
3	Mettre en œuvre les évènements
4	Animer les réseaux sociaux
5	Faire le reporting
6	Gérer les crises

Les opérations sont les actions qui décrivent les étapes de réalisation d'une tâche et permettent d'établir le « comment » pour l'atteinte des résultats. Elles sont surtout liées aux méthodes et aux techniques utilisées ou aux habitudes de travail existantes.

Le tableau des tâches et des opérations, ci-après présenté, est le résultat d'un consensus des professionnels du métier. Dans le tableau, les tâches (l'axe vertical), sont numérotées de « un à six » et les opérations associées à chacune des tâches se trouvent à l'horizontal.

Le tableau des tâches et des opérations définit le portrait du métier de community manager au moment de l'Analyse de Situation de Travail.

Le niveau de référence considéré est celui de l'entrée sur le marché de l'emploi.

Suite à l'identification des tâches et des opérations, l'ordonnancement général a été fait par consensus et proposé pour adoption par consensus. Les discussions avec les professionnels du métier laissent cependant comprendre que dans la pratique, bon nombre des tâches et opérations sont "dynamiques".

3. Tableau des tâches et des opérations du community manager

TÂCHES	OPÉRATIONS			
1.Préparer un plan d'action	1.1Décrire le « buyer persona »	1.2Choisir les différentes plates formes digitales	1.3Elaborer la ligne éditoriale	1.4Elaborer le calendrier éditorial
	1.5Identifier les activités spécifiques	1.6Identifier les éléments du budget		
2.Créer le contenu	2.1 Faire le brainstorming créatif	2.2 Maitriser le copywriting	2.3 Utiliser les outils de création basiques (Ishot, Canva, Capcut, Mojo…)	2.4 Réaliser le story board
	2.5 Réaliser les techniques de prise d'image			
3.Mettre en oeuvre les évenements en ligne	3.1Déterminer le type d'événement	3.2 Planifier l'évènement	3.3 Déterminer les plates formes	3.4 Contacter les intervenants
	3.5 S'assurer de la disponibilité des outils	3.6 communiquer autour de l'évenement	3.7 Réaliser l'évènement	3.8Faire le rapport de l'évènement
4.Animer les réseaux sociaux	4.1 Diffuser les contenus en ligne	4.2 Interagir avec la communauté	4.3 Analyser les statistiques	4.4 Susciter l'engagement des internots
5.Faire le reporting	5.1Déterminer les indicateurs	5.2 Sélectionner les outils d'analyse	5.3 Générer les données	5.4 Analyser les données
	5.5 Interpréter les données			
6.Gérer les crises	6.1Effectuer le monitoring des pages	6.2Réaliser le news jacking	6.3Diagnostiquer la crise	6.4Proposer un plan de résolution de la crise
	6.5Effectuer le Fact- Checking			

4. CONDITIONS DE REALISATION DES TACHES ET CRITERES DE PERFORMANCE

Les conditions de réalisation

Les conditions de réalisation d'une tâche ont généralement trait à l'environnement de travail, aux données ou aux outils utilisés lors de la réalisation d'une tâche et elles ont été recueillies pour l'ensemble de la tâche et non par opération. Plus particulièrement, elles renseignent sur des aspects tels que :

- Le degré d'autonomie (travail individuel ou en équipe, travail supervisé ou autonome) ;
- Les références utilisées (manuels des fabricants ou des constructeurs, documents techniques, formulaires, autres) ;
- Le matériel et équipement utilisés (matières premières, outils et appareils, instruments, équipement, autres) ;
- Les consignes particulières (précisions techniques, bons de commande, demandes de clientes ou clients, données ou informations particulières, autres) ;
- Les conditions environnementales (travail à l'intérieur ou à l'extérieur, risques d'accidents, produits toxiques, autres) ;
- Les activités ou tâches préalables, parallèles ou subséquentes (préalables à la réalisation de la tâche, en coordination avec d'autres tâches, en lien avec des tâches subséquentes).

Les critères de performance

Les critères de performance sont des exigences concernant la réalisation de chaque tâche. Ils permettent d'évaluer, si la tâche est effectuée de façon satisfaisante ou non. Ils sont recueillis pour l'ensemble de la tâche et non par opération. Ces critères correspondent à un ou des aspects observables et mesurables essentiels à la réalisation d'une tâche. Ils renseignent sur des aspects tels que :

- La quantité et la qualité du résultat (nombre de pièces, précision du travail, seuil de tolérance, autres) ;
- L'application des règles relatives à la santé et sécurité (respect des normes, port d'accessoires et de vêtements protecteurs, mesures de sécurité et d'hygiène, autres) ;

· L'autonomie (degré de responsabilité, degré d'initiative, réaction devant les situations imprévues, autres) ;

· La rapidité (vitesse de réaction, durée d'exécution, autre).

Tâche 1 - Préparer un plan d'action	
Conditions de réalisation	**Critères de performance**
Autonomie Travail individuel ou en équipe ou sous la supervision du supérieur hiérarchique. **Références** • Blogs et sites web • Livres • Podcasts • Cours et formations en ligne • Outils et plateformes • etc. **Consignes particulières** Etablir une stratégie claire, être actif et réactif, favoriser l'engagement, surveiller et mesurer, respecter les normes éthiques et légal, etc **Conditions environnementales** L'accès physique aux locaux, l'accès aux systèmes informatiques, les autorisations d'utilisation des outils d'analyses, la disponibilité des ressources réseau, etc. **Matériel/moyens** • Ordinateurs • Smartphone • Connexion Internet • Supports de stockage des données • Dashboard.	• Description du public cible • Définition correcte du positionnement du « buyer persona » • Évaluation correcte des performances individuelles des publications • Évaluation correcte de de l'efficacité des hashtags utilisés dans les publications • Identification judicieuse des publications les plus performantes • Calcul correct du retour sur investissement • Préparation correcte du plan d'actions détaillé avec les activités spécifiques

Tâche 2– Créer le contenu	
Conditions de réalisation	**Critères de performance**
Autonomie Travail en équipe / Travail supervisé **Références** • La démarche qualité de l'entreprise • Etudes de marché • Livres spécialisés • Articles de recherche	• Définition exacte des objectifs • Identification correcte de la cible • Analyse correcte du marché • Définition correcte du positionnement du produit

• Blogs d'experts • Exemples de stratégies réussies mises en œuvre par d'autres entreprises. **Consignes particulières** À partir des consignes de la hiérarchie, des orientations de l'expert, des méthodes et du respect de consignes de sécurité. **Conditions environnementales** Dans un bureau, sur le terrain **Matériel/moyens** • Ordinateurs • Smartphone • Connexion Internet • Supports de stockage des données	• Choix judicieux des canaux • Elaboration correcte du budget • Elaboration détaillée du plan d'action • Définition correcte des indicateurs

Tâche 3 – Mettre en oeuvre les évènements en ligne	
Conditions de réalisation	**Critères de performance**
Autonomie Travail individuel ou en équipe **Références** • Livres • Blogs et Sites Web • Cours et Formations en Ligne • Articles et Études de Cas • Associations Professionnelles • Outils et Plateformes **Consignes particulières** Préparation Surveillance Communication Initiale Transparence et Authenticité Communication Continue Surveillance et Réponses Évaluation Post-Crise **Conditions environnementales** L'accès à Internet, la disponibilité d'outils de recherche, les autorisations d'accès à des sites web spécifiques, etc. environnement de travail propice à la recherche et à la collecte d'informations. **Matériel/moyens** • Plateformes de gestion des médias sociaux	- Evaluation correcte de l'impact et la portée de l'événement - Evaluation judicieuse des retours financiers de l'événement - Mesurer correcte de l'engagement social - Evaluation correcte des objectifs initialement fixés - Informations précieuses sur la qualité et l'impact de l'événement. - Évaluation correcte de l'impact de l'événement

• Outils d'analyse des données • Outils de gestion de campagnes publicitaires • Outils de gestion des sites • Outils de création des contenus • Ordinateurs • Smartphone • Connexion Internet • Supports de stockage des données.	

Tâche 4 – Animer les réseaux sociaux	
Conditions de réalisation	**Critères de performance**
Autonomie Travail individuel ou en équipe. **Références** • Blogs et Articles de l'Industrie • Cours et Formations en Ligne • Livres et ressources spécialisées **Consignes particulières** Consignes spécifiques données par le client ou l'organisation. Respect des consignes et suivi des directives fournies concernant les systèmes à tester, les méthodes à utiliser, les horaires de test, les restrictions, etc. **Conditions environnementales** L'accès physique aux locaux, l'accès aux systèmes informatiques, les autorisations d'utilisation des outils de test, la disponibilité des ressources réseau, etc. **Matériel/moyens** • Plateformes de gestion des médias sociaux • Ordinateurs • Smartphone • Connexion Internet • Supports de stockage des données	• Croissance minutieuse de la Communauté • Conversion et acquisition correcte • Évaluation judicieuse du sentiment général des utilisateurs • Évaluation correcte des performances individuelles des publications • Évaluation correct de de l'efficacité des hashtags utilisés dans les publications • Identification judicieuse des publications les plus performantes • Calcul correct du retour sur investissement

Tâche 5 – Faire le reporting	
Conditions de réalisation	**Critères de performance**
Autonomie Travail individuel ou en équipe. **Références** • Livres	• Sélection des outils d'analyse web • Collecte rigoureuse des données de campagnes de marketing digital

• Blogs et sites Web • Cours et formations en ligne • Articles et Études de cas • Associations professionnelles • Outils et plateformes **Consignes particulières** Analyser le contexte et la clientèle potentielle Suivre et analyser les indicateurs de performance Mesurer et analyser les performances en Marketing Digital Utiliser la Business Intelligence pour analyser les données **Conditions environnementales** L'accès à Internet, la disponibilité d'outils de recherche, les autorisations d'accès à des sites web spécifiques, etc. environnement de travail propice à la recherche et à la collecte d'informations. **Matériel/moyens** • Plateformes de gestion des médias sociaux • Outils d'analyse des données • Outils de gestion de campagnes publicitaires • Outils de gestion des sites • Outils de gestion de projets • Outils de création des contenus • Ordinateurs • Smartphone • Connexion Internet • Supports de stockage des données.	• Utilisation efficace des outils d'analyse web • Evaluation rigoureuse des performances des canaux de marketing digital • Identification précise des tendances, des opportunités et des problèmes potentiels • Rédaction analytique des rapports et des présentations • Communication claire des résultats

Tâche 6 – Gérer les crises	
Conditions de réalisation	**Critères de performance**
Autonomie Travail en équipe. **Références** • Blogs et Sites Web • Livres • Podcasts • Cours et Formations en Ligne • Outils et Plateformes • etc. **Consignes particulières** • Planification et Stratégie	• Pourcentage correct du taux d'engagement • Calcul correct du nombre de visites • Taux correct des conversions • Evaluation correcte des couts et retour sur investissement de la campagne

• Engagement et Interaction • Suivi et Analyse • Optimisation • Éthique et Conformité **Conditions environnementales** L'accès à Internet, la disponibilité d'outils de recherche, les autorisations d'accès à des sites web spécifiques, etc. environnement de travail propice à la recherche et à la collecte d'informations. **Matériel/moyens** • Plateformes de gestion des médias sociaux • Ordinateurs • Smartphone • Connexion Internet • Supports de stockage des données	• Evaluation judicieuse de la qualité et la satisfaction des utilisateurs • Analyse correcte des données démographiques et comportementales des utilisateurs • Analyse minutieuse des performances des différents types de contenu

5. IMPORTANCE RELATIVE, FREQUENCE ET COMPLEXITE DES TACHES

IMPORTANCE

L'importance de la tâche est exprimée selon une échelle variant de très important à peu important en comparant les tâches les unes aux autres. Les données obtenues sont converties en pourcentage selon l'information reçue des professionnels de façon individuelle.

On constate que les tâches énumérées sont toutes très importantes ou moyennement importantes, cela justifie évidemment leur choix au sein du métier.

Sachant que l'importance de la tâche est déterminée par les conséquences plus ou moins fâcheuses que peut avoir le fait de mal l'exécuter ou de ne pas l'exécuter du tout, il est logique que certaines tâches soient celles nettement considérées plus importantes. En fait, elles apparaissent comme des tâches qui sont au cœur du métier.

FRÉQUENCE

La fréquence de la tâche est habituellement exprimée en pourcentage du temps consacré au travail sur une période d'une semaine ou d'une durée convenable à la réalisation de l'ensemble des tâches identifiées pour le métier.

COMPLEXITE DES TACHES

Le degré de complexité des tâches est exprimé selon une référence variant de très complexe à peu complexe en considérant la nature des difficultés, des problèmes ou des situations rencontrées et la possibilité de les surmonter dans un contexte normal d'exécution. Si les risques d'erreur dans l'exécution de la tâche sont minimes, la tâche est considérée comme facile, alors que s'ils sont élevés, la tâche est considérée comme complexe.

Les professionnels du secteur présents à l'AST ont évalué la complexité de chacune des tâches. Les données présentées dans le tableau suivant correspondent aux moyennes des résultats obtenus pour chacun des éléments identifiés.

Les données sur le degré de complexité des tâches, fréquence sont présentées dans le tableau ci-dessus.

Les professionnels présents à l'AST ont évalué la fréquence relative des tâches et leur importance. Les données présentées dans le tableau suivant correspondent aux moyennes des résultats obtenus pour chacun des éléments identifiés.

Dans le tableau ci-dessous, les données suivantes sur le degré de complexité des tâches sont présentées :

N°	Tâches	Complexité des tâches
1	Préparer un plan d'action	5
2	Créer du contenu	4
3	Mettre en œuvre les évènements	4
4	Animer les réseaux sociaux	5
5	Faire le reporting	3
6	Gérer les crises	3

Tâche complexe =5 et 1 = tâche d'exécution simple

6. CONNAISSANCES, HABILETES ET ATTITUDES

L'Analyse de Situation de Travail a permis de faire ressortir un certain nombre d'habiletés et de comportements nécessaires à l'exécution des tâches. Ces habiletés et ces comportements sont transférables, c'est-à-dire qu'ils sont applicables à une variété de situations connexes, mais non identiques. Ce sont des habiletés ou des comportements qui ne sont pas limités, par exemple, à une seule tâche ou à une seule profession.

Les habiletés cognitives, psychomotrices et perceptuelles de même que les comportements socioaffectifs (les attitudes) ci-après sont, selon les participants à l'Atelier de l'Analyse de Situation de Travail, sont essentiels à l'exécution des tâches.

ATTITUDES ET COMPORTEMENTS	Très Important	Important	Moyen	Négligeable
Capacité de gérer le temps (et ponctualité)	X			
Honnêteté	X			
Intégrité	X			
Attitude positive	X			
Responsable /Sens des responsabilités		X		
Recherche de perfectionnement	X			
Esprit d'initiative / Autonomie/ Débrouillardise		X		
Persévérance /Endurance physique/ Adaptabilité		X		
Créativité	X			
Discrétion	X			
Calme	X			
Discipline	X			
Capacité d'assimilation		X		
Sens de l'ordre		X		
TRAVAIL EN ÉQUIPE ET/OU INSERTION	**Très important**	**Important**	**Moyen**	**Négligeable**
Capacité de participer aux discussions		X		
Capacité de travailler en équipe / Entraide / Esprit d'équipe	X			
Respect des directives	X			
CONNAISSANCES ET/OU APPRENTISSAGE	**Très important**	**Important**	**Moyen**	**Négligeable**
Connaissance des techniques	X			

Capacité d'écoute pour comprendre et apprendre	X			
Lire, comprendre et utiliser des documents écrits		X		
Capacité de résolution logique de problème	X			
Capacité de rédaction		X		
Connaissance de la langue anglaise		X		
Connaissance du secourisme et des règles de sécurité		X		
Connaissance en marketing fondamental		X		
Connaissance de l'informatique		X		
Connaissance en sociologie		X		
Connaissance en économie		X		
Connaissance de comptabilité			X	
Connaissance sur les mesures de sécurité			X	

7. SUGGESTIONS CONCERNANT LA FORMATION

L'Analyse de Situation de Travail a permis de recueillir des suggestions concernant la formation au métier de community manager. Les principaux aspects qui ont fait l'objet de suggestions sont les suivants :

- les modalités de formation (moyens didactiques, informatique, activités des apprenants, etc.) ;
- les stages en entreprise (modalités, durée, fréquence) ;
- les connaissances fondamentales ;
- l'évaluation et la reconnaissance des acquis de l'expérience qui est une autre voie d'accès à la certification ;
- la formation initiale qui regroupe un contenu de formation obligatoire.

Ainsi, il a été mentionné que :

- la formation doit être davantage axée sur la pratique et les réalités des réseaux sociaux et marketing digital ;
- les formateurs doivent être des professionnels ayant de l'expérience ;

- Le matériel et l'équipement utilisés au centre doivent être représentatifs des pratiques en entreprises ;
- les apprenants doivent se familiariser avec la réalité du terrain par le biais de visites et de stages en entreprise ;
- appliquer les règles de conduite en entreprise au centre de formation, et développer l'autodiscipline, la responsabilisation des apprenants ;
- développer chez les futurs lauréats le souci de concilier la qualité et le rendement satisfaisant des prestations ;
- développer chez les apprenants le sens de l'initiative et l'autonomie ;
- former les apprenants à s'adapter au changement et à l'innovation,
- développer leur capacité à être responsable de tout ce qui se passe sur les postes de travail ;
- montrer la meilleure méthode et manière pendant qu'ils effectuent les opérations ;
- développer la polyvalence dans la formation, pour permettre aux apprenants d'exécuter différentes opérations sur une variété d'équipements ;
- les formateurs doivent suivre des formations continues en entreprises et dans les structures spécialisées pour être à jour des innovations technologiques et pédagogiques ;
- tous sont d'avis qu'une ou qu'un lauréat a besoin d'une période d'intégration dans l'entreprise avant de pouvoir prendre en charge la totale responsabilité de son poste de travail.
- la connaissance de l'anglais et du français ainsi que la capacité de pouvoir lire et comprendre des documents écrits et technique sont des éléments importants pour exercer le métier, sans oublier les connaissances fondamentales de secourisme et de premiers soins, les connaissances en calculs professionnels sont incontournables ;

Aussi, les entreprises sont disposées à recevoir les apprenants pour des stages d'imprégnation, d'une durée variant d'un (01) à trois (03) mois. Certaines d'entre elles en reçoivent déjà dans le cadre de stages académiques et professionnels.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Angela Petteys, (November 2023). A Beginner's Guide to Google Search Console. MOZ Blog, https://moz.com/blog/a-beginners-guide-to-the-google-search-consol
- Berger J, 2014, Contagious: How to Build Word of Mouth in the Digital Age, (1), Simon & Schuster Ltd, 256 pages.
- Caroline Faillet "Community Management: Stratégies et bonnes pratiques pour interagir avec vos communautés"–
- Chaffey D. et Ellis-Chadwick F, 2022, Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice, volume 1, Pearson Education, 4848 pages.
- Crestodina A, 2022, Content Chemistry: The Illustrated Handbook for Content Marketing, Orbit Media Studios, Inc, 376 pages.
- Deiss R. et Henneberry R, 2020, Digital Marketing For Dummies, John Wiley & Soons, 368 pages.
- Gallo C, 2014, Talk Like TED: The 9 Public-Speaking Secrets of the World's Top Minds, volume 1, St. Martin's Press, 288 pages.
- Heath C. et Heath D, 2007, Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die, Random House, 291 pages
- Hemann C. et Burbary K, 2013, Digital Marketing Analytics: Making Sense of Consumer Data in a Digital World, Que Publishing, 364 pages
- Jeff J, 2016, Agile Marketing: Building Endurance for Your Content Marketing Team, Squared Digital, 392 pages.
- Kaushik A, 2009, Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity, Wiley Publishing, 512 pages
- Kawasaki G. et Fitzpatrick P, 2014, The Art of Social Media: Power Tips for Power Users, Portfolio/Penguin, 208 pages.
- Michelle Krasniak, Zimmerman J. et Deborah Ng, 2023, Social Media Marketing All-in-One For Dummies, volume , Wiley, 784 pages.
- Organisation Internationale de la Francophonie (2007), Les guides méthodologiques d'appui à la mise en œuvre de l'approche par compétences en formation professionnelle, Guide - Conception et réalisation des études sectorielles et préliminaires, 77 pages.

· Organisation Internationale de la Francophonie (2007), Les guides méthodologies d'appui à la mise en œuvre de l'approche par compétences en formation professionnelle, Guide - Conception et réalisation d'un référentiel de métier-compétences, 83 pages.

· Organisation Internationale de la Francophonie (2007), Les guides méthodologiques d'appui à la mise en œuvre de l'approche par compétences en formation professionnelle, Guide - Conception et production d'un guide pédagogique, 61 pages.

· Organisation Internationale de la Francophonie (2007), Les guides méthodologiques d'appui à la mise en œuvre de l'approche par compétences en formation professionnelle, Guides - Conception et production d'un guide d'évaluation, 86 pages.

· Robert Rose, (August 2020). How Content Marketing Can Save Your Digital Marketing Strategy. Content Marketing Institute, https://contentmarketinginstitute.com/articles/digital-marketing-strategy/

· Samurçay R. et Pastré, P. (2004), Stratégie de la formation professionnelle, République du Cameroun, Toulouse : Octarès, 187 pages.

· Sutherland J, 2014, Scrum: The Art of Doing Twice the Work in Half the Time, volume, Crown Currency, 384 pages.

· Vaynerchuk G, 2013, Jab, Jab, Jab, Right Hook: How to Tell Your Story in a Noisy Social World, Harper Business, 224 pages.

· Winston W. L, 2014, Marketing Analytics: Data-Driven Techniques with Microsoft Excel, Wiley, 720 pages.

REFERENTIEL DE METIER-COMPETENCES (RMC)

ABREVIATIONS ET ACRONYMES

APC	Approche Par Compétences
AST	Analyse de la Situation de Travail
BT	Brevet de Technicien
CMR	Cameroun
CQP	Certificat de Qualification Professionnelle
DFOP	Direction de la Formation et de l'Orientation Professionnelles
DQP	Diplômes de Qualification Professionnelle
DTS	Diplôme de Technicien
EPC	Équipements de Protection Collective
EPI	Équipements de Protection Individuelle
FP	Formation Professionnelle
GECAM	Groupement des Entreprises du Cameroun
GOPM	Guide d'Organisation Pédagogique et Matérielle
GP	Guide Pédagogique
IGF	Inspection Générale des Formations
MINEFOP	Ministère de l'Emploi et de la Formation Professionnelle
OIF	Organisation Internationale de la Francophonie
OWASP	Open Web Application Security Project
PADESCE	Projet d'Appui au Développement de l'Enseignement Secondaire et des Compétences pour la Croissance et l'Emploi
RAST	Rapport d'Analyse de Situation de Travail
RF	Référentiel de Formation
RMC	Référentiel de Métier Compétences
SND30	Stratégie Nationale de Développement du Cameroun 2030
VAE	Validation des Acquis de l'Expérience
WAF	Web Application Firewall

INTRODUCTION

En janvier 2020, le Cameroun a adopté la Stratégie Nationale de Développement 2020-2030 (SND30) pour la transformation structurelle et le développement inclusif, nouveau cadre de référence pour son action de développement au cours de la décennie 2020-2030. Tout en articulant les engagements internes et internationaux du pays au plan économique, social et environnemental, la SND30 repose sur un certain nombre de piliers parmi lesquels la transformation structurelle de l'économie, qui a identifié des secteurs porteurs, potentiels leviers d'accélération d'une croissance économique forte et inclusive. Ces secteurs sont entre autres : Industrie de l'Energie, Agro-industrie, Numérique, Forêt-Bois, Textile-Confection-Cuir, Mines-Métallurgie-Sidérurgie, Construction-Services-Professionnels, Scientifiques-Techniques, Hydrocarbures-Raffinage-Pétrochimie.

Pour réussir la transformation structurelle de son économie, le Cameroun mise sur le développement du capital humain, qui constitue un facteur clé au développement économique et en particulier à l'industrialisation. En effet, il est indispensable pour une société qui ambitionne de booster son secteur industriel de disposer d'une main d'œuvre suffisante et de bonne qualité. Pour ce faire, il est nécessaire de mettre en œuvre des politiques adéquates dans les domaines de l'éducation et de la formation entre autres. Dans cette optique, le Gouvernement entend accroître l'offre qualitative de formation professionnelle et technique, améliorer l'employabilité où un accent sera mis entre autres sur le renforcement des capacités des travailleurs du secteur informel sur les techniques et technologies innovantes.

D'autre part, les interventions du Gouvernement en ce qui concerne l'axe de **Mise en adéquation formation-emploi et Amélioration du système d'insertion professionnelle**, porteront principalement sur l'adéquation de l'offre de formation aux besoins du secteur productif en main d'œuvre suffisante et de qualité et la mise en place d'un dispositif d'apprentissage.

En effet, la SND30 prescrit en matière de formation professionnelle de s'orienter vers une ingénierie qui prenne en compte les politiques, les outils d'accompagnement et de planification pédagogiques. Ces politiques et outils doivent être de nature à favoriser la mise en œuvre des démarches de conception, d'organisation, d'exécution et d'évaluation des actions de formation. Par conséquent doivent se rapprocher autant que possible des réalités endogènes.

C'est dans l'optique de l'opérationnalisation de ces axes stratégiques que le Gouvernement a initié, avec l'appui de la Banque Mondiale, le **Projet d'Appui au Développement de l'Enseignement Secondaire et des Compétences pour la Croissance et l'Emploi (PADESCE).** Le PADESCE envisage : (i) d'accroître un accès équitable à une éducation de qualité et la rétention des apprenants dans l'enseignement secondaire général, dans des zones ciblées en mettant un accent sur les filles ; et, (ii) d'améliorer l'accès, la qualité et la pertinence des programmes de développement des compétences dans certains secteurs économiques de croissance. Il s'agit pour ce dernier objectif de renforcer le développement des compétences adaptées au marché de l'emploi en vue de satisfaire les besoins de certains périmètres stratégiques d'industrialisation du Cameroun en droite ligne des orientations contenues dans la SND30 et principalement dans les secteurs du Bâtiment et Travaux Publics, du Numérique, de l'Energie et de l'Agro-industrie.

Ses axes d'intervention sont structurés autour des sous composantes suivantes :

- Améliorer la pertinence et la qualité des programmes de développement des compétences (Elaboration des référentiels et formation des formateurs)
- Augmenter l'accès équitable aux programmes de développement des compétences (Mécanisme Compétitif de Développement des Compétences)
- Renforcer les capacités institutionnelles du système de développement des compétences (SNDCTP, CNCQ, plateformes d'informations).

Pour ce qui est de la sous-composante dédiée à l'amélioration de la pertinence et de la qualité des programmes de développement des compétences, la mise en place d'un dispositif de formation de qualité répondant aux normes et standards internationaux accessible à tous se fait entre autres à travers l'élaboration de soixante-quatre (**64**) référentiels de formation selon l'ingénierie pédagogique de l'Approche par Compétences (APC), dont dix-neuf (**19**) au **MINESEC** et quarante-cinq (**45**) au **MINEFOP** dans les quatre secteurs du Projet. Cette démarche vise pour l'essentiel à améliorer l'employabilité de ceux qui frappent à la porte du très fluctuant et très exigeant marché de l'emploi, en les dotant des connaissances et compétences les rendant aptes à s'auto employer, ou à s'insérer efficacement dans une chaine de production des valeurs, des biens et des services nécessaires à l'amélioration des performances économiques dans un cadre local, national ou global donné et ainsi, de contribuer de manière efficiente aux transformation socio-économiques correspondantes.

Dans l'optique de renforcer les capacités internes du MINEFOP en matière d'ingénierie pédagogique de l'APC, les trente (30) premiers référentiels ont été élaborés par l'équipe ministérielle suivant une approche axée sur la formation – action, la qualité des référentiels produits étant assurée par des méthodologues et professionnels expérimentés. L'objectif étant que ces documents pédagogiques soient toujours le reflet de nos réalités contextuelles pour une meilleure appropriation par les organismes de formation et le monde professionnel, en vue d'une meilleure adéquation formation - emploi.

Il a été agréé que parallèlement à l'élaboration des 30 référentiels par l'équipe ministérielle, l'élaboration des 15 derniers, pour le compte de la quatrième génération de la composante 2 du Projet, sera confiée par Appel d'Offre conformément à la réglementation en vigueur à un Cabinet privé justifiant d'une expérience avérée en la matière. S'il est bien mené, le processus viendra ainsi concrétiser la volonté du Gouvernement de doter le système national d'éducation et de formation de nouveaux outils pédagogiques émanant des besoins du système productif et conformes aux normes et standards en la matière et dont les résultats, nous l'espérons, ne tarderont pas à se faire sentir en termes d'emplois décents pour nos jeunes et d'amélioration de la productivité et de la compétitivité de notre économie.

Ainsi compris, le référentiel de métier-compétences (RMC) dont la présente production est méthodologiquement liée à la démarche en question, se veut un outil pratique de référence à la disposition des formateurs dans le métier de Community Manager.

A. PRESENTATION SUCCINCTE DE LA DEMARCHE DE L'INGENIERIE PEDAGOGIQUE, DU REFERENTIEL DE METIER ET DES AUTRES REFERENTIELS ET GUIDES

L'ingénierie pédagogique est centrée sur les outils et les méthodes conduisant à la conception, à la réalisation et à la mise à jour continue des Référentiels de Formation ou programmes de formation ainsi que des Guides Pédagogiques qui en facilitent la mise en œuvre. L'ingénierie pédagogique est un processus linéaire basé sur trois axes fondamentaux :

1) la détermination et la prise en compte de la réalité du marché du travail, tant sur le plan global (situation économique, structure et évolution des emplois) que sur un plan plus spécifique, liées à la description des caractéristiques d'un métier et à la formulation des compétences attendues pour l'exercer. Il s'agit du Référentiel de Métier – Compétences ;

2) le développement du support pédagogique tel que le Référentiel de Formation, le Référentiel d'Évaluation, divers documents d'accompagnement destinés à appuyer la mise en œuvre locale et à favoriser une certaine standardisation de la formation (Guides d'Organisation Pédagogiques, Guides d'Organisation Pédagogiques et Matérielles) ;

3) la mise en place, dans chaque Structure de formation, d'une approche pédagogique centrée sur la capacité de chaque apprenant à mobiliser ses connaissances dans la mise en œuvre des compétences liées à l'exercice du métier choisi.

Plus précisément, la démarche d'ingénierie en APC prend appui sur la réalité des métiers en ce qui concerne :

- Le contexte général (l'analyse du marché du travail et les études de planification) ;
- La situation de chaque métier (l'Analyse de Situation de Travail) ;
- La formulation des compétences requises et la prise en considération du contexte de réalisation propre à chaque métier (le Référentiel de Métier-Compétences) ;
- La conception de dispositifs de formation inspirés de l'environnement professionnel ;
- La détermination du niveau de performance correspondant au seuil du marché du travail
- L'élaboration des Référentiels de Formation et d'Évaluation basés essentiellement sur les compétences requises pour exercer chacun des métiers ciblés ;
- La production, la diffusion et l'implantation de guides et de supports pédagogiques ;
- La mise en place de diverses mesures de formation et de perfectionnement destinées à appuyer le personnel des structures de formation ;
- La révision de la démarche pédagogique (formation centrée sur l'apprenant par le développement de compétences) ;
- La disponibilité de locaux et équipements permettant de créer un environnement de formation semblable à l'environnement de travail ;
- La collaboration avec le milieu du travail (exécution des stages, alternance Ecole - Entreprise, …).

En effet, l'APC repose sur deux grands paliers conduisant successivement au Référentiel de Métier-Compétences et au Référentiel de Formation.

Les déterminants (éléments essentiels) disponibles qui mènent au premier palier sont les données générales sur le métier tiré des études de planification, l'ensemble de la documentation disponible ainsi que les résultats du RAST. Quant au deuxième palier, les déterminants sont tirés du RMC, à savoir la matrice de compétences et la table de correspondance.

En mettant à contribution ces éléments et particulièrement les descriptions des tâches, opérations, processus, habiletés, attitudes et comportements généraux, on arrive à déterminer les compétences retrouvées dans le Référentiel de Métier – Compétences et celles développées dans le Référentiel de Formation.

B. PRESENTATION SOMMAIRE DU MANDAT ET DE LA DÉMARCHE DE RÉALISATION

Le Référentiel de Métier -Compétences (RMC) a comme première finalité de tracer le portrait le plus fidèle possible de la réalité d'un métier et de déterminer les compétences requises pour l'exercer. Élaboré dans le cadre du développement d'un Référentiel de formation professionnelle, le Référentiel de Métier - Compétences sert ensuite d'assise à la structure du futur référentiel de formation. Il peut également être utilisé comme document de base pour mettre en place une démarche d'apprentissage en milieu de travail. Utilisé à la fois aux fins de formation et d'apprentissage, le RMC contribue à assurer des bases similaires aux deux modes de développement des compétences (formation et apprentissage) et facilite la certification et la reconnaissance des compétences. En cette matière, il balise ainsi la voie à la mise en place d'un système de Validation des Acquis de l'Expérience (VAE).

Le Référentiel de Métier – Compétences se réalise en deux étapes :

- **la production de l'Analyse de la Situation de Travail (AST) ;**
- **la détermination des Compétences liées au métier.**

La description exhaustive des composantes et des caractéristiques d'un métier (portrait) est réalisée au moyen du RAST. Dans le cas du métier de Community Manager, l'AST s'est déroulée du 12 au 13 juin 2024, dans la region du Centre. Elle a regroupé les représentants d'Entreprises nationales des secteurs formel et informel.

En termes de démarche globale, il s'est agi : i) d'identifier les cibles à rencontrer (employeurs, employés, formateurs, etc.), (ii) d'élaborer des questionnaires spécifiques, sur la base du questionnaire général, (iii) de produire le RAST, (iv) d'organiser un atelier de validation des résultats du RAST, (v) de rédiger le RMC. Les membres des focus groupes sont des acteurs rencontrés et des experts-métiers invités. Chaque groupe était animé par un méthodologue.

Comme il a déjà été mentionné, l'élaboration d'une compétence résulte d'une démarche de conception ou de dérivation qui doit respecter les principaux déterminants issus des travaux antérieurs, le RAST en particulier, et présenter, sous forme d'énoncé, une compétence qui soit représentative de la démarche d'exécution d'une ou de plusieurs tâches ou qui est associée à la réalisation d'une activité de travail ou de vie professionnelle.

Les compétences présentées dans ce Référentiel de Métier – Compétences assurent une couverture complète des tâches et des opérations rattachées au métier de Community Manager (niveau Technicien). Cette activité est certainement l'une des plus complexes de la production d'un Référentiel de Métier – Compétences ou de la réalisation d'un programme de formation.

Deux outils ont été utilisés pour faciliter le travail de l'équipe de production et la présentation de la démarche de conception ainsi que pour documenter systématiquement chaque étape de production. Ces outils, que sont : la **Matrice des compétences** et **la Table de correspondance**, seront par la suite complétées et utilisés tout au long de la conception des référentiels de formation et d'évaluation, ainsi que des différents guides. Ils permettront de conserver l'unité de la conception et la continuité du traitement de l'information relative à chaque compétence retenue. La matrice des compétences sera par la suite transposée en matrice des objets de formation lors de la production du référentiel de formation.

Le Référentiel de Métier - Compétences mènera plus tard à la réalisation des documents pédagogiques (référentiel de formation, référentiel d'évaluation, documents et guides d'accompagnement).

Toutes les étapes de réalisation de ces documents seront confiées à une équipe de production composée de spécialistes, d'experts en méthodologie en APC, de formateurs d'expérience et de spécialistes du métier.

Le Rapport d'Analyse de Situation de Travail (RAST) est une étape importante dans le processus de développement d'un Référentiel de formation professionnelle selon l'Approche par Compétences (APC). Elle implique les professionnels qui apportent des réponses appropriées aux besoins de formation. L'Analyse de Situation de Travail est une étape importante, participative qui encourage les partenariats entre les entreprises de toutes tailles (TPE, PME PMI, etc.), les organisations professionnelles et les structures de formation professionnelle. Cette implication interpelle les différents acteurs afin qu'ils participent activement à la mise en œuvre des projets de formation professionnelle pour l'emploi.

Le présent Référentiel de Métier – Compétences décrit les activités que l'apprenant exercera dans sa vie professionnelle dès la fin de sa formation. Il sert de point de repère commun aux différents acteurs des milieux socio-professionnels, aux formateurs, aux Structures de Formation et même aux différents Services en charge de la Gestion centrale de la Formation Professionnelle. Il comprend :

Partie 1. Les résultats du Rapport d'Analyse de Situation de Travail (RAST) :

- Les définitions ;
- Le tableau des tâches et opérations ;
- Le processus de travail ;
- Les conditions de réalisation et les critères de performance ;
- Les connaissances, habiletés et attitudes.

Partie 2 : La présentation des compétences du référentiel :

- La présentation de la notion de compétence,
- La liste des compétences particulières,
- La liste des compétences générales,
- La matrice des compétences,
- La table de correspondance.

C. PRESENTATION DU METIER ET DE SA SITUATION GENERALE SUR LE MARCHE DU TRAVAIL

Le métier de Community Manager consiste à développer et gérer la présence d'une organisation (marque, association, produit, jeu) sur Internet. Il s'agit d'un expert des communautés web, travaillant principalement en agence de communication, agence numérique, pour un annonceur ou une entreprise. Les principales missions incluent la création et la fédération d'une communauté d'internautes autour d'un intérêt commun, la création de contenus pour les réseaux sociaux, l'animation de la communauté, l'analyse des données, et la mise en place de stratégies numériques sur chaque réseau. Le Community Manager doit également appliquer les règles de bonne conduite au sein de sa communauté, telles que la protection des données des utilisateurs et le respect de la nétiquette.

DESCRIPTION GÉNÉRALE DU MÉTIER DE COMMUNITY MANAGER

TITRES	DESCRIPTIONS
Définition du métier	Un Community Manager ou gestionnaire de communauté est un professionnel chargé d'animer et gérer les communautés en ligne pour le compte d'une organisation, d'une marque, ou d'un individu. Son rôle est de développer et de maintenir une présence positive et engageante sur les réseaux sociaux et autres plateformes en ligne, en interagissant avec les utilisateurs et en créant du contenu pertinent Ses principales missions sont les suivantes : • Créér un contenu, c'est-à-dire élaborer des messages, des images, des vidéos, et d'autres types de contenu pour les réseaux sociaux ; • Gérer les réseaux sociaux c'est-à-dire administrer les comptes de réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, etc.), planifier et diffuser les contenus, publier du contenu ; • Animer la communauté c'est-à-dire interagir avec les abonnés, répondre aux commentaires et aux messages, animer les discussions ; • Développer la communauté c'est-à-dire sponsoriser les pages, ciblages ; • Assurer la modération des commentaires et des discussions pour maintenir une atmosphère positive et respectueuse ; • Analyser les performances c'est-à-dire utiliser les outils d'analyse pour mesurer l'efficacité des campagnes et des publications, et ajuster les stratégies en conséquence ; • Faire la veille concurrentielle c'est-à-dire suivre les tendances du secteur, les activités des concurrents, et les discussions autour de la marque ; • Planifier les posts c'est-à-dire planifier et organiser la publication de contenus sur les différents canaux sociaux ; • Gérer la e-réputation c'est-à-dire corriger la communication en ligne.
Evolution du métier	L'évolution technologique a élargi le champ d'action des Community Manager, augmentant à la fois les opportunités et les défis associés à ce rôle.

TITRES	DESCRIPTIONS
	Ils doivent désormais maîtriser une gamme étendue d'outils et de compétences pour répondre aux attentes croissantes des utilisateurs et contribuer efficacement aux objectifs de l'entreprise. Évolutions Technologiques • Réseaux sociaux et plateformes de communication : • Outils de gestion et d'analyse : • Automatisation et intelligence artificielle (IA) : • Marketing de contenu et SEO : • Sécurité et confidentialité : Conséquences sur le métier du Community Manager ▪ Complexité et compétences multiples : ▪ Engagement et interactions en temps réel : ▪ Gestion de la réputation : ▪ Analyse de performance : ▪ Évolution du rôle :
Conditions d'accès à la formation	L'accès à la formation est ouvert aux personnes des deux sexes remplissant les conditions ci-après : 1. Être âgé d'au moins dix-sept ans ; 2. Avoir le niveau de la classe de terminale ; 3. Être titulaire d'un DQP en Informatique avec une expérience d'au moins 3 ans dans le domaine ; 4. Subir avec succès à un test de sélection à l'entrée en formation. Les équivalents du sous-système anglophone sont également admis.
Secteur d'activités	Son rôle s'étend à divers secteurs d'activité, chacun présentant des spécificités et des défis uniques (marketing et publicité, technologie et startups, mode et Beauté, médias et divertissement, commerce de détail et E-commerce, éducation, santé et Bien-être, Secteur non lucratif et associations, tourisme et hôtellerie, jeux vidéo).
Fonctions	• Animation de la communauté en ligne, • Création de contenus adaptés, • Analyse des données, • Gestion de l'e-réputation, • Coordination des activités sur les réseaux sociaux.
Nature du travail	**Champ professionnel** : Animation des communautés en ligne
	Type d'emploi occupé : Technicien
	Classification type/Catégorie : Catégorie 8
	Types de produits, de résultats ou de services : • Publicité en ligne • Visibilité du produit ou de la marque • Configuration des comptes et profils dans les médias sociaux etc..

TITRES	DESCRIPTIONS
Evolution technologique	L'évolution technologique a un impact significatif sur le métier de Community Manager. D'une part, elle crée de nouvelles opportunités pour les attaques et les vulnérabilités, car de nouveaux systèmes, applications et infrastructures émergent constamment. Les Community Managers doivent donc rester constamment à jour sur les dernières technologies et tendances en matière de sécurité pour comprendre les nouvelles méthodes d'attaque potentielles. D'autre part, l'évolution technologique offre également de nouveaux outils et techniques aux Community Managers pour renforcer la sécurité. Par exemple, l'intelligence artificielle et l'apprentissage automatique peuvent être utilisés pour détecter les anomalies et les comportements suspects, tandis que l'automatisation peut accélérer les tests de sécurité. Cependant, les technologies émergentes, telles que l'Internet des objets (IoT) et l'intelligence artificielle, présentent également de nouveaux défis en matière de sécurité, nécessitant une compréhension approfondie des risques potentiels.
Technologies utilisées	Le Community Manager utilise les réseaux sociaux, les plateformes professionnelles, les outils de communication et de création, ainsi que des outils de veille et d'analyse pour gérer la présence en ligne de l'entité…
Conditions de travail	**Lieux de travail** : Entreprise
	Types d'entreprise : Établissement, PME, sociétés, coopératives, GIC, etc.
	Les conditions de travail d'un Community Manager varient en fonction de plusieurs facteurs, y compris l'employeur, le type de contrat. Le Community Manager est souvent confronté à des horaires flexibles, car il doit s'adapter aux besoins et aux contraintes des clients. Il peut être amené à travailler en dehors des heures de travail normales pour éviter les interruptions des tests d'intrusion sur les systèmes en production. Le travail peut être intense et exigeant, car le Community Manager est souvent confronté à des délais serrés. **Environnement technique :** **<u>Processus de travail</u>** • Planifier le travail • Effectuer le travail en respectant les mesures de sécurité • Contrôler la qualité du travail • Rendre compte **Technologies utilisées :** • Plateformes de gestion des médias sociaux • Outils d'analyse des données • Outils de gestion de campagnes publicitaires • Logiciels spécialisés : Notion ; canva • Plateforme : Google Ads, Meta, Business Sweet • Outils de gestion des sites : Answer The Public, WordPress

TITRES	DESCRIPTIONS
	• Outils de gestion de projets • Outils de création des contenus • Ordinateurs • Smartphone • Connexion Internet • Supports de stockage des données
	Responsabilité et autonomie C'est la taille de l'entreprise qui détermine le degré de liberté du professionnel. Dans les entreprises plus importantes, il opère sous les ordres d'un chef d'entreprise.
	Conditions d'exercice L'activité nécessite de maintenir des attitudes de concentration permanente, des positions particulières (débout, penché, accroupi, etc.). Il peut impliquer des ports de charges.
	Facteurs de stress Les sources de stress sont liées à la pression, la charge du travail et au poids des responsabilités.
	Santé et sécurité Le travail prolongé sur écran est à l'origine des troubles musculosquelettiques (TMS). Les observations cliniques des médecins du travail montrent chez les professionnels de la filière la fatigue mentale, symptômes d'épuisement, troubles dépressifs, anxiété le respect des normes de sécurité individuelle en milieu de travail (usage des luminosités, etc.) et le respect des normes de sécurité collectives.
Conditions d'entrée dans le marché du travail	L'accès au métier passe généralement par les offres d'emplois qui sont publiées à travers divers canaux de diffusion, notamment la presse écrite, la radio et même la télévision. De plus en plus, ces offres sont également diffusées sur le réseau internet dans des sites spécialisés. Enfin, certaines entreprises recourent aux services de cabinets de recrutement dont le fonctionnement est régi par une règlementation fixée par le Ministère des Postes et Télécommunications. Le technicien ou la technicienne spécialisé en Community Manager peut être recruté à partir du DTS en Community Manager ; Les équivalents du sous-système anglophone sont également admis. En plus du diplôme requis, les employeurs peuvent également demander une expérience préalable dans le domaine de la l'animation des communautés en ligne.

PREMIERE PARTIE : RESULTATS DE L'ANALYSE DE SITUATION DE TRAVAIL (RAST)

I.1.1. DEFINITION DES TERMES USUELS

Processus de travail	Le processus de travail vise à mettre en évidence les principales étapes d'une démarche logique pour l'exécution de l'ensemble des tâches d'un métier ou d'une profession.
Tâches	Les tâches sont les actions qui correspondent aux principales activités de l'exercice du métier analysé. Une tâche est structurée, autonome et observable. Elle a un début déterminé et une fin précise. Dans l'exercice d'un métier, qu'il s'agisse d'un produit, d'un service ou d'une décision, le résultat d'une tâche doit présenter une utilité particulière et significative.
Sous-tâches	Les sous-tâches sont les décompositions d'une tâche.
Opérations	Actions qui décrivent les étapes de réalisation d'une tâche et permettent d'établir le « comment » pour l'atteinte des résultats. Elles sont liées surtout aux méthodes et aux techniques utilisées ou aux habitudes de travail existantes.
Conditions de réalisation	Elles font généralement trait à l'environnement de travail, aux données ou aux outils utilisés lors de la réalisation d'une tâche et elles ont été recueillies pour l'ensemble de la tâche et non par opération. Plus particulièrement, elles renseignent sur des aspects tels que • Le degré d'autonomie (travail individuel, travail supervisé ou autonome); • Les références utilisées (manuels des fabricants ou des constructeurs, documents techniques, formulaires, autres) ; • Le matériel et équipement utilisés (matières premières, outils et appareils, instruments, équipement, autres) ; • Les consignes particulières (précisions techniques, bons de commande, demandes de clientes ou clients, données ou informations particulières, autres) ; • Les conditions environnementales (travail à l'intérieur ou à l'extérieur, risques d'accidents, produits toxiques, autres) ; • Les activités ou tâches préalables, parallèles ou subséquentes (préalables à la réalisation de la tâche, en coordination avec d'autres tâches, en lien avec des tâches subséquentes).
Critères de performance	Ce sont des exigences concernant la réalisation de chaque tâche. Ils permettent d'évaluer, si la tâche est effectuée de façon satisfaisante ou non. Ils sont recueillis pour l'ensemble de la tâche et non par opération. Ces critères correspondent à un ou des aspects observables et mesurables essentiels à la réalisation d'une tâche. Ils renseignent sur des aspects tels que : • La quantité et la qualité du résultat (nombre de pièces, précision du travail, seuil de tolérance, autres); • L'application des règles relatives à la santé et sécurité (respect des normes, port d'accessoires et de vêtements protecteurs, mesures de sécurité et d'hygiène, autres) ; • L'autonomie (degré de responsabilité, degré d'initiative, réaction devant les situations imprévues, autres) ; • La rapidité (vitesse de réaction, durée d'exécution, autre).

I.1.2. TABLEAU DES TACHES ET OPERATIONS

Le tableau des tâches et des opérations présentées ci-après est le résultat d'un consensus des professionnels du métier. Dans le tableau, les tâches (l'axe vertical), sont numérotées d'un à six. Les opérations associées à chacune des tâches se trouvent à l'horizontal.

Aux fins de l'exercice, le tableau des tâches et des opérations définit le portrait du métier Community Manager au moment de l'analyse de la situation de travail. Le niveau de référence considéré est celui de l'entrée sur le marché de l'emploi.

Suite à l'identification des tâches et des opérations, l'ordonnancement général a été fait par consensus et proposé pour adoption par consensus. Les discussions avec les professionnels du métier laissent cependant comprendre que dans la pratique, bon nombre des tâches et opérations sont « dynamiques ». Elles sont parfois réalisées sans ordonnancement spécifique, au regard de la charge de travail journalière, des modalités prescrites par le chef d'atelier ou des priorités présentes en termes d'exécution des travaux.

Tableau des tâches et des opérations

TÂCHES	OPÉRATIONS			
1 Préparer un plan d'action	1.1 Décrire le « buyer persona »	1.2 Choisir les différentes plates formes digitales	1.3 Elaborer la ligne éditoriale	1.4 Elaborer le calendrier éditorial
	1.5 Identifier les activités spécifiques	1.6 Identifier les éléments du budget		
2 Créer le contenu	2.1 Faire le brainstorming créatif	2.2 Maitriser le copywriting	2.3 Utiliser les outils de création basiques (Ishot, Canva, Capcut, Mojo…)	2.4 Réaliser le story board
	2.5 Réaliser les techniques de prise d'images			
3 Mettre en œuvre les évènements en ligne	3.1 Déterminer le type d'évènements	3.2 Planifier l'évènement	3.3 Déterminer les plates formes	3.4 Contacter les intervenants
	3.5 S'assurer de la disponibilité des outils	3.6 communiquer autour de l'évènement	3.7 Réaliser l'évènement	3.8Faire le rapport de l'évènement
4 Animer les réseaux sociaux	4.1 Diffuser les contenus en ligne	4.2 Interagir avec la communauté	4.3 Analyser les statistiques	4.4 Susciter l'engagement des internautes
5 Faire le reporting	5.1 Déterminer les indicateurs	5.2 Sélectionner les outils d'analyse	5.3 Générer les données	5.4 Analyser les données
	5.5 Interpréter les données			
6 Gérer les crises	6.1 Effectuer le monitoring des pages	6.2 Réaliser le news jacking	6.3 Diagnostiquer la crise	6.4 Proposer un plan de résolution de la crise
	6.5 Effectuer le Fact- Checking			

I.1.3. PROCESSUS DE TRAVAIL

Le processus de travail vise à mettre en évidence les principales étapes d'une démarche logique pour l'exécution de l'ensemble des tâches d'une profession ou d'un métier.

Le processus de travail suivant est recommandé pour le métier de Community Manager, en raison des tâches retenues et de leur ordonnancement par les participants au focus group. Le processus présenté est assez générique pour coller aux différentes situations de travail des diverses fonctions du domaine :

- Planifier le travail
- Effectuer le travail en respectant les mesures de sécurité ;
- Contrôler la qualité du travail
- Rendre compte

I.1.4. CONDITIONS DE REALISATION ET LES CRITÈRES DE PERFORMANCE

- **Les conditions de réalisation**

Les conditions de réalisation d'une tâche ont généralement trait à l'environnement de travail, aux données ou aux outils utilisés lors de la réalisation d'une tâche et elles ont été recueillies pour l'ensemble de la tâche et non par opération. Plus particulièrement, elles renseignent sur des aspects tels que :

- Le degré d'autonomie (travail individuel ou en équipe, travail supervisé ou autonome);
- Les références utilisées (manuels des fabricants ou des constructeurs, documents techniques, formulaires, autres) ;
- Le matériel et équipement utilisés (matières premières, outils et appareils, instruments, équipement, autres) ;
- Les consignes particulières (précisions techniques, bons de commande, demandes de clientes ou clients, données ou informations particulières, autres);
- Les conditions environnementales (travail à l'intérieur ou à l'extérieur, risques d'accidents, produits toxiques, autres);
- Les activités ou tâches préalables, parallèles ou subséquentes (préalables à la réalisation de la tâche, en coordination avec d'autres tâches, en lien avec des tâches subséquentes).

- **Les critères de performance**

Ce sont des exigences concernant la réalisation de chaque tâche. Ils permettent d'évaluer, si la tâche est effectuée de façon satisfaisante ou non. Ils sont recueillis pour l'ensemble de la tâche et non par opération. Ces critères correspondent à un ou des aspects observables et mesurables essentiels à la réalisation d'une tâche. Ils renseignent sur des aspects tels que :

- La quantité et la qualité du résultat (nombre de pièces, précision du travail, seuil de tolérance, autres) ;
- L'application des règles relatives à la santé et sécurité (respect des normes, port d'accessoires et de vêtements protecteurs, mesures de sécurité et d'hygiène, …) ;

- L'autonomie (degré de responsabilité, degré d'initiative, réaction devant les situations imprévues) ;
- La rapidité (vitesse de réaction, durée d'exécution …).

Les conditions de réalisation et critères de performance correspondant à chacune des tâches sont résumés dans les tableaux ci-après :

Tâche 1 – Préparer un plan d'action	
Conditions de réalisation	**Critères de performance**
Autonomie Travail individuel ou en équipe ou sous la supervision du supérieur hiérarchique. . **Références** - Blogs et sites web - Livres - Podcasts - Cours et formations en ligne - Outils et plateformes - etc. **Consignes particulières** Etablir une stratégie claire, être actif et réactif, favoriser l'engagement, surveiller et mesurer, respecter les normes éthiques et légal, etc **Conditions environnementales** L'accès physique aux locaux, l'accès aux systèmes informatiques, les autorisations d'utilisation des outils d'analyses, la disponibilité des ressources réseau, etc. **Matériel/moyens** - Ordinateurs - Smartphone - Connexion Internet - Supports de stockage des données - Dashboard.	• Description du public cible • Définition correcte du positionnement du « buyer persona » • Évaluation correcte des performances individuelles des publications • Évaluation correcte de de l'efficacité des hashtags utilisés dans les publications • Identification judicieuse des publications les plus performantes • Calcul correct du retour sur investissement • Préparation du plan d'actions détaillé avec les activités spécifiques

Tâche 2– Créer le contenu	
Conditions de réalisation	**Critères de performance**
Autonomie Travail en équipe / Travail supervisé **Références** • La démarche qualité de l'entreprise • Etudes de marché • Livres spécialisés • Articles de recherche	• Définition exacte des objectifs • Identification correcte de la cible • Analyse correcte du marché • Définition correcte du positionnement du produit • Choix judicieux des canaux • Elaboration correcte du budget

• Blogs d'experts • Exemples de stratégies réussies mises en œuvre par d'autres entreprises. **Consignes particulières** À partir des consignes de la hiérarchie, des orientations de l'expert, des méthodes et du respect de consignes de sécurité. **Conditions environnementales** Dans un bureau, sur le terrain **Matériel/moyens** • Ordinateurs • Smartphone • Connexion Internet • Supports de stockage des données	• Elaboration détaillée du plan d'action • Définition correcte des indicateurs

Tâche 3 – Mettre en oeuvre les évenements en ligne	
Conditions de réalisation	**Critères de performance**
Autonomie Travail individuel ou en équipe **Références** • Livres • Blogs et Sites Web • Cours et Formations en Ligne • Articles et Études de Cas • Associations Professionnelles • Outils et Plateformes **Consignes particulières** Préparation Surveillance Communication Initiale Transparence et Authenticité Communication Continue Surveillance et Réponses Évaluation Post-Crise **Conditions environnementales** L'accès à Internet, la disponibilité d'outils de recherche, les autorisations d'accès à des sites web spécifiques, etc. environnement de travail propice à la recherche et à la collecte d'informations.	➢ Evaluation correcte de l'impact et la portée de l'événement ➢ Evaluation judicieuse des retours financiers de l'événement ➢ Mesure correcte de l'engagement social ➢ Evaluation correcte des objectifs initialement fixés ➢ Informations précieuses sur la qualité et l'impact de l'événement. ➢ Évaluation correcte de l'impact de l'événement

Matériel/moyens - Plateformes de gestion des médias sociaux - Outils d'analyse des données - Outils de gestion de campagnes publicitaires - Outils de gestion des sites - Outils de création des contenus - Ordinateurs - Smartphone - Connexion Internet - Supports de stockage des données.	

Tâche 4 – Animer les réseaux sociaux	
Conditions de réalisation	**Critères de performance**
Autonomie Travail individuel ou en équipe. **Références** • Blogs et Articles de l'Industrie • Cours et Formations en Ligne • Livres et ressources spécialisées **Consignes particulières** Consignes spécifiques données par le client ou l'organisation. Respect des consignes et suivi des directives fournies concernant les systèmes à tester, les méthodes à utiliser, les horaires de test, les restrictions, etc. **Conditions environnementales** L'accès physique aux locaux, l'accès aux systèmes informatiques, les autorisations d'utilisation des outils de test, la disponibilité des ressources réseau, etc. **Matériel/moyens** • Plateformes de gestion des médias sociaux • Ordinateurs • Smartphone • Connexion Internet • Supports de stockage des donnée	• Croissance minutieuse de la Communauté • Conversion et acquisition correcte • Évaluation judicieuse du sentiment général des utilisateurs • Évaluation correcte des performances individuelles des publications • Évaluation correct de de l'efficacité des hashtags utilisés dans les publications • Identification judicieuse des publications les plus performantes • Calcul correct du retour sur investissement

Tâche 5 – Faire le reporting	
Conditions de réalisation	**Critères de performance**
Autonomie Travail individuel ou en équipe. **Références** • Livres • Blogs et sites Web • Cours et formations en ligne • Articles et Études de cas • Associations professionnelles • Outils et plateformes **Consignes particulières** Analyser le contexte et la clientèle potentielle Suivre et analyser les indicateurs de performance Mesurer et analyser les performances en Marketing Digital Utiliser la Business Intelligence pour analyser les données **Conditions environnementales** L'accès à Internet, la disponibilité d'outils de recherche, les autorisations d'accès à des sites web spécifiques, etc. environnement de travail propice à la recherche et à la collecte d'informations. **Matériel/moyens** • Plateformes de gestion des médias sociaux • Outils d'analyse des données • Outils de gestion de campagnes publicitaires • Outils de gestion des sites • Outils de gestion de projets • Outils de création des contenus • Ordinateurs • Smartphone • Connexion Internet • Supports de stockage des données.	• Sélection des outils d'analyse web • Collecte rigoureuse des données de campagnes de marketing digital • Utilisation efficace des outils d'analyse web • Evaluation rigoureuse des performances des canaux de marketing digital • Identification précise des tendances, des opportunités et des problèmes potentiels • Rédaction analytique des rapports et des présentations • Communication claire des résultats

Tâche 6 – Gérer les crises	
Conditions de réalisation	**Critères de performance**
Autonomie Travail en équipe. **Références** 4. Blogs et Sites Web	- Pourcentage correct du taux d'engagement - Calcul correct du nombre de visites - Taux correct des conversions

5. Livres 6. Podcasts 7. Cours et Formations en Ligne 8. Outils et Plateformes **9.** etc. **Consignes particulières** 10. Planification et Stratégie 11. Engagement et Interaction 12. Suivi et Analyse 13. Optimisation 14. Éthique et Conformité **Conditions environnementales** L'accès à Internet, la disponibilité d'outils de recherche, les autorisations d'accès à des sites web spécifiques, etc. environnement de travail propice à la recherche et à la collecte d'informations. **Matériel/moyens** • Plateformes de gestion des médias sociaux • Ordinateurs • Smartphone • Connexion Internet • Supports de stockage des données	- Evaluation correcte des couts et retour sur investissement de la campagne - Evaluation judicieuse de la qualité et la satisfaction des utilisateurs - Analyse correcte des données démographiques et comportementales des utilisateurs - Analyse minutieuse des performances des différents types de contenu

I.1.5. CONNAISSANCES, HABILITES ET ATTITUDES.

L'atelier d'Analyse de Situation de Travail a permis entre autres, la mise en évidence des connaissances, des habiletés, et des attitudes requises ou souhaitées pour l'exécution des tâches étudiées. Les Connaissances, habiletés et attitudes sont des valeurs transférables c'est-à-dire qu'elles sont applicables dans une variété de situations similaires. On ne peut donc les limiter à une seule tâche ou à une seule fonction. Ce sont des valeurs transversales entre les différentes fonctions d'un métier.

Les comportements se rapportent :

· A la dimension personnelle (compréhension de ses propres sentiments et émotions, résolution de conflits internes, autres) ;

· A la dimension interpersonnelle (communiquer avec les autres, motiver les autres et les intéresser, animer un groupe, autres) ;

· Aux attitudes ayant trait à la santé et à la sécurité, aux relations humaines, à l'éthique professionnelle, à d'autres éléments ;

· Aux attitudes ayant trait : aux réflexes physiques, aux réflexes mentaux, à la façon d'agir dans des situations de travail particulières, à d'autres éléments.

Les participants ont été unanimes pour accorder le plus haut degré d'importance aux attitudes telles que l'esprit positif, l'endurance, la persévérance, le sens de l'ordre, l'intégrité et

l'honnêteté. Les attitudes telles que le calme, la discipline et la capacité d'assimilation sont considérées comme des attitudes importantes toujours au regard de la nature particulière du métier.

Le tableau suivant met en évidence les connaissances, habiletés psychomotrices, habiletés cognitives, habiletés perceptives et attitudes.

Connaissances	**Habilités**	**Attitudes**
• Connaissance des techniques (analyse, conception et développement) • Notions de base en marketing fondamental • Notions de base en Publicité • Capacité de résolution logique de problème • Connaissance globale en informatique • Lire, comprendre et exploiter les documentations officielles • Langue anglaise / française (communication) • Règles sur qualité, hygiène, sécurité et environnement • Capacité d'écoute pour comprendre et apprendre • Connaissance des équipements informatiques • Législation de travail	**Habiletés cognitives** : • Résolution de problèmes, • Capacité d'analyse, • Capacité de synthèse, • Conception de stratégies • Explication de modes et de principes de fonctionnement ; • Planification d'activités, • Prise de décision, • Fréquence d'exécution, • Autres... **Habiletés psychomotrices :** • Manipulation d'outils, • Degré de dextérité, • Degré de coordination, • Qualité des réflexes, • Autres. **Habiletés perceptives** : Perception de couleurs, de formes, de signes, de signaux, de codes ; Perception d'odeurs afin de percevoir un danger de court-circuit ; Perception, distinction de variations d'un fini, d'aspérités, d'uniformité ;	**Sur le plan personnel, les attitudes peuvent avoir trait :** • À la gestion du stress, • À la communication, • À la motivation des autres, • À la démonstration d'une attitude d'ouverture, • Au respect des autres • A la ponctualité • A l'honnêteté • A l'intégrité • A l'attitude positive • A l'entreprenariat • A la passion • A la sociabilité • A la rigueur • A la responsabilité • A la recherche de perfectionnement • A l'esprit d'initiative / autonomie/ • Au contrôle de ses sentiments et émotions, • A la résolution de conflits internes ; • Autres…

I.1.6. SUGGESTIONS POUR LA FORMATION.

L'Analyse de Situation de Travail a permis de recueillir des suggestions concernant la formation au métier de Community Manager. Les principaux aspects qui ont fait l'objet de suggestions sont les suivants :

- Les modalités de formation (moyens didactiques, informatique, activités des apprenants, etc.).
    - Les stages en entreprise (modalités, durée, fréquence).
    - Les connaissances fondamentales.
    - L'évaluation et la reconnaissance des acquis de l'expérience qui est une autre voie d'accès à la certification.
    - La formation initiale qui regroupe un contenu de formation obligatoire.
    - Ainsi, il a été mentionné que :
    - La formation doit être davantage axée sur la pratique et les réalités des animations de la communauté en ligne.
    - Les formateurs doivent être des professionnels ayant de l'expérience.
    - Le matériel et l'équipement utilisés au centre doivent être représentatifs des pratiques en entreprises.
    - Les apprenants doivent se familiariser avec la réalité du terrain par le biais de visites et de stages en entreprise.
    - Appliquer les règles de conduite en entreprise au centre de formation, et développer l'autodiscipline, la responsabilisation des apprenants.
    - Développer chez les futurs lauréats le souci de concilier la qualité et le rendement satisfaisant des prestations.
    - Développer chez les apprenants le sens de l'initiative et l'autonomie.
    - Former les apprenants à s'adapter au changement et à l'innovation.
    - Développer leur capacité à être responsable de tout ce qui se passe sur les postes de travail.
    - Montrer la meilleure méthode et manière pendant qu'ils effectuent les opérations.
    - Développer la polyvalence dans la formation, pour permettre aux apprenants d'exécuter différentes opérations sur une variété d'équipements.
    - Les formateurs doivent suivre des formations continues en entreprises et dans les structures spécialisées pour être à jour des innovations technologiques et pédagogiques.
    - Tous sont d'avis qu'une ou qu'un lauréat a besoin d'une période d'intégration dans l'entreprise avant de pouvoir prendre en charge la totale responsabilité de son poste de travail.
    - La connaissance de l'anglais et du français ainsi que la capacité de pouvoir lire et comprendre des documents écrits et technique sont des éléments importants pour exercer le métier, sans oublier les connaissances fondamentales de secourisme et de premiers soins, les connaissances en calculs professionnels sont incontournables.

Aussi, les entreprises sont disposées à recevoir les apprenants pour des stages d'imprégnation, d'une durée variant d'un (01) à trois (03) mois. Certaines d'entre elles en reçoivent déjà dans le cadre de stages académiques et professionnels.

DEUXIEME PARTIE : PRESENTATION DES COMPETENCES

I.2.1. PRESENTATION DE LA NOTION DE COMPETENCE GENERALE ET DE COMPETENCE PARTICULIERE

La compétence correspond à un savoir agir reconnu dans un environnement et dans le cadre d'une méthodologie définie.

Les professionnels du métier expriment leurs manières d'agir, autrement dit leurs compétences, à travers des actes opératoires qui leur paraissent clés pour répondre aux enjeux de la situation.

Les compétences générales correspondent à des activités plus vastes qui vont au-delà des tâches, mais qui contribuent généralement à leur exécution. Elles requièrent habituellement des apprentissages de nature plus fondamentale. (Par exemple une compétence liée à la santé et à la sécurité au travail) et doivent donc correspondre à des activités de travail à la « périphérie » des tâches, tout en y étant étroitement liées ou associées.

Les compétences particulières renvoient à des aspects concrets, pratiques, circonscrits et directement liés à l'exercice d'un métier. Elles sont directement liées à l'exécution des tâches et à une évolution appropriée dans le contexte du travail et visent surtout à rendre la personne efficace dans l'exercice d'un métier.

I.2.2. LISTE DES COMPETENCES GENERALES.

Suite aux informations présentées dans le RAST, les compétences générales suivantes et correspondantes aux attitudes, habiletés et comportements attendus ont été retenues :

N°	Compétences générales	Tâches liées
01	Communiquer en milieu professionnel	1, 2, 3, 4, 5, 6
02	Prévenir les atteintes à la santé, à la sécurité, à l'intégrité physique et à l'environnement	1, 2, 3, 4, 5, 6
03	Utiliser les notions de base en informatique	3, 4, 5, 6
04	Appliquer les principes du marketing fondamental	2, 3, 4, 5, 6
05	Exploiter les aspects légaux et éthique du digital	1, 2, 3, 4, 5, 6
06	Utiliser les données sur le comportement des consommateurs	2, 3, 4, 5, 6

I.2.3. LISTE DES COMPETENCES PARTICULIERES.

Les compétences particulières identifiées pour le Technicien en Community Manager sont les suivantes :

N°	Compétences particulières	Taches liées
07	Développer les stratégies de contenu	1, 2, 3, 4, 5, 6
08	Elaborer le mix digital	2, 3, 4, 5
09	Organiser les évènements en ligne	3, 4, 5, 6
10	Gérer une plateforme digitale	1, 2, 3, 4
11	Gérer la e-réputation	3, 4, 5, 6

I.2.4. MATRICE DES COMPETENCES.

Présentation générale de la matrice.

La matrice des compétences présente l'ensemble structuré des compétences générales et particulières dans un lien dynamique. Elle comprend :

- Les compétences générales qui portent sur des activités communes à différentes tâches ou à différentes situations. Elles portent, notamment, sur l'application de principes scientifiques et technologiques liés à la fonction de travail ;
- Les compétences particulières qui visent l'exécution des tâches et des activités à l'intérieur de la fonction de travail et de la vie professionnelle ;
- Le processus de travail qui porte sur les étapes les plus significatives de la réalisation des tâches de la profession.

La matrice des compétences permet de voir les liens qui existent entre les compétences générales, placées à l'horizontale, et les compétences particulières, placées à la verticale.

Le symbole (O) indique la présence d'un lien entre une compétence générale et une compétence particulière.

Le symbole (Δ) indique la présence d'un lien entre les compétences particulières et une étape du processus.

La logique suivie au moment de la conception d'une matrice influe sur la séquence d'acquisition des compétences. Ainsi, la conception de la matrice s'est réalisée de manière à permettre d'une part une progression dans la complexité des compétences à acquérir et, d'autre part, l'établissement de liens favorisant l'intégration des compétences.

MATRICE DES COMPÉTENCES													
			Compétences générales						**Processus**				
Community Manager (Technicien) **Compétences particulières**	**Numéro de la compétence**	Niveau de complexité / 10	Communiquer en milieu professionnel	Prévenir les atteintes à la santé, à la sécurité, à l'intégrité physique et à l'environnement	Utiliser les notions de base en informatique	Appliquer les principes du marketing fondamental	Exploiter les aspects légaux et éthique du digital	Utiliser les données sur le comportement des consommateurs	Planifier le travail	Exécuter le travail en adoptant les mesures de sécurité	Contrôler la qualité du travail	Rendre compte	**Nombre de compétences**
Numéro de la compétence			**01**	**02**	**03**	**04**	**05**	**06**					**06**
Niveau de complexité / 10			6	6	6	7	6	6					
Développer les stratégies de contenu	**07**	10	O	O	O	O	O	O	Δ	Δ	Δ	Δ	
Elaborer le mix digital	**08**	9	O	O	O	O	O	O	Δ	Δ	Δ	Δ	
Organiser les évènements en ligne	**09**	9	O	O	O	O	O	O	Δ	Δ	Δ	Δ	
Gérer une plateforme digitale	**10**	8	O	O	O	O	O	O	Δ	Δ	Δ	Δ	
Gérer la E-réputation	**11**	8	O	O	O	O	O	O	Δ	Δ	Δ	Δ	
Nombre de compétences	**05**												**11**
Légende : Le symbole (O) indique la présence d'un lien entre une compétence générale et une compétence particulière.													
Le symbole (Δ) indique la présence d'un lien entre les compétences particulières et une étape d'un processus.													

I.2.5. TABLE DE CORRESPONDANCE

Présentation générale de la table

La table de correspondance ci-après présente onze (11) compétences retenues pour le métier de Community Manager . Elle présente de façon détaillée chacune des compétences en identifiant précisément les éléments qui la caractérisent, de même que les déterminants tels que les connaissances et les habiletés. La table de correspondance contient diverses informations relatives au projet de formation. La première colonne présente, dans l'ordre, les compétences telles qu'elles apparaissent dans la matrice.

Dans la deuxième colonne, on retrouve, pour chacune des compétences, des indications sur la compétence de façon à baliser celle-ci et en préciser la teneur. Ces données sont présentées à titre indicatif de façon à rendre plus explicite l'énoncé de compétence. Il est important de retenir que ces indications constituent avant tout un premier déblayage pour mieux cerner la compétence. Ces indications ne sont pas nécessairement exhaustives. De plus, elles peuvent référer tant à des éléments de contenu, à des notions liées à l'acquisition de la compétence qu'à des éléments de cette compétence.

· **Présentation du contenu de la table de correspondance.**

COMPÉTENCE 01: Communiquer en milieu professionnel	
Indications sur la compétence	**Déterminants**
1. Traiter les informations 2. Produire les messages indispensables à la vie professionnelle et sociale 3. Communiquer oralement 4. Rendre compte de son activité	**Tâches : 1, 2, 3, 4, 5 ,6** **Connaissances :** Communication orale Rédaction des rapports, compte rendu etc.. **Savoir-être et qualités :** S'exprimer avec clarté, éloquence, capacité d'écoute dans les relations avec le personnel ; capacité à gérer le stress et le temps ; esprit d'analyse et de synthèse, autonomie, capacité d'observation, intuition…

COMPETENCE 02 : Prévenir les atteintes à l'hygiène, à la sante, à la sécurité, à l'intégrité physique et à l'environnement	
Indications sur la compétence	**Déterminants**
1. S'informer des lois et des règlements sur la santé et la sécurité au travail ; 2. Identifier les risques relatifs à la santé et à la sécurité dans l'environnement professionnel ; 3. Appliquer des mesures préventives reliées à l'hygiène, la santé et la sécurité au travail ; 4. Intervenir en situation d'urgence. 5. Prévenir les infections transmissibles sexuellement (ITS), le virus	**Tâches : 1, 2, 3, 4, 5 ,6** **Connaissances :** Lois et normes du travail et de protection environnementale ; QHSE Matériel et équipement de sécurité spécifiques ; Mesures de premiers secours, la responsabilité pénale de l'entreprise. **Savoir-être et qualités :** habilités motrices et perceptives, vigilance, organisation et méthode.

COMPETENCE 02 : Prévenir les atteintes à l'hygiène, à la sante, à la sécurité, à l'intégrité physique et à l'environnement	
d'immunodéficience humaine (VIH/SIDA) et d'autres maladies transmissibles; 6. Développer un comportement écologiquement responsable.	

Compétence 03 – Utiliser les fonctions de base en informatique	
Indicateurs sur les compétences	**Déterminants**
1. Utiliser les logiciels en informatique associés au métier 2.Utiliser les différents types de support de stockage de données ; 3.Produire un document à l'aide d'un logiciel de calcul (MS Excel, etc.) ; 4.Maîtriser les fonctionnalités de base des logiciels de tableur 5.Créer des présentations visuelles attractives à l'aide de logiciels de présentation 5.Utiliser les fonctionnalités de messagerie électronique pour la communication professionnelle 6.Gérer et organiser les fichiers et les documents numériques 7.Préparer des rapports, des tableaux de bord et des analyses.	**Taches** 3, 4, 5, 6 **Connaissances :** Généralités sur l'informatique; l'ordinateur, téléphone androïde, risques et mesures de prévention, utilisation logiciel Word et Excel, internet, traitement de texte etc. **Savoir- être et qualités :** habiletés motrices et perceptives, précision, prises d'initiatives, vigilance, rapidité, sens poussée de l'analyse

COMPÉTENCE 04 : Appliquer les principes du marketing fondamental	
Indications sur la compétence	**Déterminants**
1. Définir la stratégie marketing 2. Identifier les personnes et cibler les audiences 3. Gérer la relation client à travers des stratégies de fidélisation et d'engagement client 4. Analyser le marché et la concurrence 5. Définir les objectifs et les indicateurs de performance 6. Sélectionner les canaux de marketing 7. Élaborer un plan d'action et un calendrier	**Tâches : 2, 3, 4, 5, 6** **Connaissances :** Principes fondamentaux du marketing (marché, segmentation, ciblage, positionnement, etc. Les différents outils du marketing mix (produit, prix, distribution, communication) **Savoir-être et qualités:** Créativité, Esprit d'analyse, Adaptabilité, Engagement, Esprit d'équipe

COMPÉTENCE 06 : Utiliser les données sur le comportement des consommateurs	
Indications sur la compétence	**Déterminants**
1. Analyser le comportement du consommateur 2.Adapter la communication 3.Utiliser des données sociologiques et psychologiques 4.Interpréter le comportement du consommateur 5.Segmenter le marché en entités homogènes 6.Appliquer les principes de persuasion 7.Adapter la communication au public cible	**Tâches : 2, 3, 4, 5,6** **Connaissances:** Théories sociologiques sur la structure sociale, Groupes sociaux et les interactions sociales, Modèles de décision du consommateur et les facteurs qui influent sur le processus d'achat, Tendances socioculturelles et psychologiques qui influencent les marchés et les comportements d'achat **Savoir-être et qualités:** Empathie, Sensibilité culturelle, Esprit critique, Curiosité, Capacité d'observation, Créativité, Adaptabilité

COMPÉTENCE 05 : Exploiter les Aspects Légaux et Éthiques	
Indications sur la compétence	**Déterminants**
1.Assurer la protection des données personnelles, 2.Utiliser les droits d'auteur et propriété intellectuelle, 3.S'approprier la législation sur la publicité et les promotions, 4.Assurer la confidentialité et le respect de la vie privée, 5.Assurer la responsabilité envers l'entreprise et les clients.	**Tâches :1, 2, 3, 4, 5,6** **Connaissances :** texte règlementaires et juridique, droit du digital, Audit de conformité, Mise en œuvre de politiques de confidentialité, Veille juridique et éthique, **Savoir-être et qualités :** habilités motrices et perceptives, vigilance, organisation et méthode.

COMPÉTENCE 07: Développer les stratégies de contenu	
Indications sur la compétence	**Déterminants**
1.Planifier le contenu 2. Rédiger du contenu persuasif 3. Concevoir des visuels attrayants 4. Produire du contenu vidéo	**Tâches :1, 2, 3, 4, 5,6** **Connaissances** : Principes du content marketing, Techniques de rédaction web et copywriting, Outils de création de contenu visuel et audiovisuel, Fonctionnement des plateformes de publication. **Habiletés : Créativité** et imagination, Rigueur et précision, Persévérance, Capacité de synthèse et de vulgarisation, Bonnes capacités de

COMPÉTENCE 07: Développer les stratégies de contenu	
Indications sur la compétence	**Déterminants**
	communication, Curiosité et veille informationnelle, Aisance relationnelle etc…

COMPÉTENCE 08 : Elaborer le mix digital	
Indications sur la compétence	**Déterminants**
1. Identifier les buyers personas 2. Sélectionner les plates formes digitales 3. Identifier les ressources disponibles 4. Créer un calendrier éditorial pour vos contenus.	**Tâches :2, 3, 4, 5,6** **Connaissances** : Techniques de rédaction web et copywriting, Outils de création de contenu visuel et audiovisuel, Notions de design graphique et d'ergonomie, Principes de référencement SEO, Fonctionnement des plateformes de publication. **Habiletés :** Créativité et imagination, Rigueur et précision, Persévérance, Capacité de synthèse et de vulgarisation, Bonnes capacités de communication, Curiosité et veille informationnelle, Aisance relationnelle etc…

COMPÉTENCE 09 : Organiser les événements en ligne	
Indications sur la compétence	**Déterminants**
1. Développer une stratégie de médias sociaux 2. Animer les interactions avec les utilisateurs 3. Analyser les performances 4. Optimiser la présence en ligne 5. Produire du contenu vidéo	**RAST: 3,4,5 ,6** **Connaissances :** Marketing digital et social media, Fonctionnement des plateformes de médias sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, etc.), Techniques de création de contenu, Stratégies Marketing, Techniques de Communication, Communication Interne, Communication Externe, Outils de Communication, Outils de gestion de médias sociaux, Principes de référencement **Savoir-être et qualités:** Aisance relationnelle et communication, Créativité et adaptabilité, Rigueur et organisation, Capacité d'analyse et de synthèse, Patience et réactivité, Esprit d'équipe et collabioration

COMPÉTENCE 10: Gérer une plateforme digitale	
Indications sur la compétence	**Déterminants**
1.Choisir les canaux de diffusion 2.Définir la ligne editoriale 3.Évaluer la Performance 4.Identifier les concurrents principaux 5.Gérer la réputation en ligne	**Taches : 1,2,3,4** **Connaissances** Fonctionnement des plateformes de médias sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, etc.), Analyse de données, Outils de gestion de médias sociaux, Principes de réferencement **Savoir-être et qualités:** Aisance relationnelle et communication, Créativité et adaptabilité, Rigueur et organisation, Capacité d'analyse et de synthèse, Patience et réactivité, Esprit d'équipe et collabioration

COMPÉTENCE 11 : Gérer la E- réputation	
Indications sur la compétence	**Déterminants**
1. Choisir les outils d'analyse et de reporting 2. Assurer la veille technologique et sécuritaire 3. Analyser les nouvelles techniques d'attaques 4. Gérer les crises 5. Évaluer l'impact sur l'architecture existante 6. Préconiser des mesures correctives	**RAST: Tâches 3,4,5,6** **Connaissances** : Marketing, Segmentation, Ciblage et Positionnement (STP), Étude de Marché, gestion des crises… **Savoir-être et qualités:** utilisation des outils, respect des procédures etc…

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

1. Angela Petteys, (November 2023). A Beginner's Guide to Google Search Console. MOZ Blog, https://moz.com/blog/a-beginners-guide-to-the-google-search-consol
2. Berger J, 2014, Contagious: How to Build Word of Mouth in the Digital Age, (1), Simon & Schuster Ltd, 256 pages.
3. Caroline Faillet "Community Management: Stratégies et bonnes pratiques pour interagir avec vos communautés"–
4. Chaffey D. et Ellis-Chadwick F, 2022, Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice, volume 1, Pearson Education, 4848 pages.
5. Crestodina A, 2022, Content Chemistry: The Illustrated Handbook for Content Marketing, Orbit Media Studios, Inc, 376 pages.
6. Deiss R. et Henneberry R, 2020, Digital Marketing For Dummies, John Wiley & Soons, 368 pages.
7. Gallo C, 2014, Talk Like TED: The 9 Public-Speaking Secrets of the World's Top Minds, volume 1, St. Martin's Press, 288 pages.
8. Heath C. et Heath D, 2007, Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die, Random House, 291 pages
9. Hemann C. et Burbary K, 2013, Digital Marketing Analytics: Making Sense of Consumer Data in a Digital World, Que Publishing, 364 pages
10. Jeff J, 2016, Agile Marketing: Building Endurance for Your Content Marketing Team, Squared Digital, 392 pages.
11. Kaushik A, 2009, Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity, Wiley Publishing, 512 pages
12. Kawasaki G. et Fitzpatrick P, 2014, The Art of Social Media: Power Tips for Power Users, Portfolio/Penguin, 208 pages.
13. Michelle Krasniak, Zimmerman J. et Deborah Ng, 2023, Social Media Marketing All-in-One For Dummies, volume , Wiley, 784 pages.
14. Organisation Internationale de la Francophonie (2007), Les guides méthodologiques d'appui à la mise en œuvre de l'approche par compétences en formation professionnelle, Guide - Conception et réalisation des études sectorielles et préliminaires, 77 pages.
15. Organisation Internationale de la Francophonie (2007), Les guides méthodologies d'appui à la mise en œuvre de l'approche par compétences en formation professionnelle, Guide - Conception et réalisation d'un référentiel de métier-compétences, 83 pages.
16. Organisation Internationale de la Francophonie (2007), Les guides méthodologiques d'appui à la mise en œuvre de l'approche par compétences en formation professionnelle, Guide - Conception et production d'un guide pédagogique, 61 pages.
17. Organisation Internationale de la Francophonie (2007), Les guides méthodologiques d'appui à la mise en œuvre de l'approche par compétences en formation professionnelle, Guides - Conception et production d'un guide d'évaluation, 86 pages.
18. Robert Rose, (August 2020). How Content Marketing Can Save Your Digital Marketing Strategy. Content Marketing Institute, https://contentmarketinginstitute.com/articles/digital-marketing-strategy/

19. Samurçay R. et Pastré, P. (2004), Stratégie de la formation professionnelle, République du Cameroun, Toulouse : Octarès, 187 pages.
20. Sutherland J, 2014, Scrum: The Art of Doing Twice the Work in Half the Time, volume, Crown Currency, 384 pages.
21. Vaynerchuk G, 2013, Jab, Jab, Jab, Right Hook: How to Tell Your Story in a Noisy Social World, Harper Business, 224 pages.
22. Winston W. L, 2014, Marketing Analytics: Data-Driven Techniques with Microsoft Excel, Wiley, 720 pages

REFERENTIEL DE FORMATION (RF)

ABREVIATIONS ET ACRONYMES

APC	Approche Par Compétences
BTP	Bâtiments et Travaux Publics
CTD	Collectivités Territoriales Décentralisées
CMR	Cameroun
DQP	Diplôme de Qualification Professionnelle
GOPM	Guide d'Organisation Pédagogique et Matérielle
GP	Guide Pédagogique
IGF	Inspection Générale des Formations
ONG	Organisation Non Gouvernementale
PADESCE	Projet d'Appui au Développement de l'Enseignement Secondaire et des Compétences pour la Croissance et l'emploi
RF	Référentiel de Formation
RMC	Référentiel de Métier-Compétences
RAST	Rapport d'Analyse de Situation de Travail
REVA	Référentiel d'évaluation
SND30	Stratégie Nationale de Développement 2020-2030
VAE	Validation des Acquis de l'Expérience

II.1. PRESENTATION D'UN REFERENTIEL DE FORMATION

a) Nature

Le Référentiel de Formation ou Programme présente un ensemble cohérent et significatif de compétences à acquérir. Il est conçu selon une démarche qui tient compte à la fois de facteurs tels que les besoins de formation, la situation de travail, les buts ainsi que les moyens pour réaliser la formation.

Le référentiel de formation constitue un outil de référence dont une partie ou la totalité a un caractère prescriptif, c'est-à-dire obligatoire.

Les compétences du référentiel incluent une description des résultats attendus au terme de la formation, elles ont une influence directe sur le choix des activités pratiques et théoriques d'enseignement et d'apprentissage. Cependant, le référentiel de formation ne comprend ni les activités pratiques, ni les contenus de cours, ni les stratégies, ni même les moyens d'enseignement et de formation. Le référentiel d'évaluation et les guides pédagogiques et d'organisation pédagogique et matérielle apportent plus de précisions en ces domaines et suggèrent diverses approches et divers contenus de formation. Le référentiel de formation est également un outil de référence pour l'évaluation des apprentissages et la validation des acquis de l'expérience (VAE). Ainsi, pour obtenir leur Diplôme de fin de formation, les apprenants doivent démontrer qu'ils ont maîtrisé les compétences inscrites dans le référentiel de formation. Les instruments d'évaluation de la formation et de validation des acquis sont conçus en fonction de ce document.

En somme, le référentiel de formation est une source d'information exhaustive sur les compétences attendues pour l'exercice d'un métier, au seuil du marché du travail.

b) Structure

Le référentiel de formation se divise en deux parties. La première, d'intérêt général, contient quatre éléments : les buts du référentiel, les énoncés des compétences (compétences générales, compétences spécifiques), la matrice des objets de formation et le logigramme. Dans la deuxième partie du référentiel, on décrit les composantes de chacune des compétences retenues pour la formation.

c) Finalité

Le Référentiel de formation a pour finalité de permettre la formation des personnes aptes à exercer le métier pour lequel le Référentiel a été élaboré avec l'appui de méthodologues, de professionnels de formation et d'experts-métiers.

Dans un Référentiel de formation, la description générale du métier visé est une synthèse des tâches et opérations qui y sont associées. Elle porte de plus sur les principaux champs et secteurs d'activité, les différents outils techniques ou technologies utilisés et les principales responsabilités qui s'y rattachent. Cette synthèse est constituée à partir de l'information contenue dans le Rapport d'Analyse de Situation de Travail (RAST) et des choix effectués au moment de la détermination des compétences. Les buts du référentiel de formation traduisent les orientations particulières en matière de formation professionnelle pour l'emploi.

d) Éléments prescriptifs

Le Référentiel de formation professionnelle au Cameroun comprend : le Référentiel métier-compétences (RMC), le Référentiel de formation (RF), le Référentiel d'évaluation (REVA), le Guide pédagogique (GP), le Guide d'organisation pédagogique et matérielle (GOPM), avec une distinction entre les différents documents. C'est ainsi qu'on peut distinguer : les référentiels et les guides.

Essentiellement, ce qui distingue les Référentiels des autres documents est le fait qu'ils devraient comporter des éléments prescriptifs ou d'application obligatoire pour toutes les Structures de formation.

Les guides et autres documents présentent des informations facultatives, élaborées et rendues disponibles pour faciliter la réalisation de la formation. Les compétences issues du Référentiel de métier-compétences (RMC) et celles retenues dans le scénario de formation du Référentiel de formation (RF) constituent l'essence même de la formation. Au Cameroun, leur application n'est ni facultative ni optionnelle.

En résumé, ont un caractère prescriptif :

- la liste des compétences ;
- chaque compétence traduite en comportement : l'énoncé de la compétence, les éléments de la compétence, le contexte de réalisation, les critères de performance ;
- chaque compétence traduite en situation : l'énoncé de la compétence, les éléments de la compétence, le contexte de réalisation, la situation de mise en œuvre de la compétence, les critères d'engagement dans la démarche ;
- la durée totale du référentiel de formation (la durée de la formation liée à chaque module reste facultative pour accorder une certaine souplesse aux structures de formation et aux équipes de formateurs / enseignants pour prendre en considération le contexte, le rythme d'apprentissage et les besoins des apprenants) ;
- le temps de réalisation de l'évaluation.
- Présentation des concepts et des principales définitions.

II.2. PRÉSENTATION DES CONCEPTS ET DES PRINCIPALES DÉFINITIONS

a. Compétence

Regroupement ou ensemble intégré de connaissances, d'habiletés et d'attitudes permettant de faire, avec succès, une action ou un ensemble d'actions telles qu'une tâche ou une activité de travail.

b. Compétences particulières

Compétences directement liées à l'exécution des tâches et à une évolution appropriée dans le contexte du travail. Elles renvoient à des aspects concrets, pratiques, circonscrits et directement liés à l'exercice d'un métier.

c. Compétences générales

Compétences correspondant à des activités plus vastes qui vont au-delà des tâches, mais qui contribuent à leur exécution. Ces activités sont généralement communes à plusieurs tâches et transférables à plusieurs situations de travail. Elles requièrent habituellement des apprentissages de nature plus fondamentale.

d. Compétence traduite en comportement

Se prête surtout aux apprentissages faciles à circonscrire et pour lesquels on possède des données objectives. Cette méthode s'applique bien à la définition de comportements relatifs aux tâches ou aux productions propres à un métier.

e. Compétence traduite en situation

Présente une démarche dans laquelle s'inscrit une personne en vue d'un développement personnel et professionnel. Cette méthode s'applique mieux s'il s'agit de viser particulièrement l'acquisition de compétences qui présentent une forte composante liée à des attitudes ou à des savoir-être. Elle permet de prendre en compte les dimensions profondes de la personnalité, des valeurs et des attitudes.

f. Contexte de réalisation

Renseigne sur la situation de mise en œuvre de la compétence au seuil du marché du travail. Il permet de circonscrire et de mieux comprendre l'ampleur, l'importance et le champ d'application de la compétence. Il contribue à en fixer les limites et à saisir son degré de complexité.

g. Critères de performance

Définissent les exigences qui permettront de juger de l'atteinte des éléments de la compétence et, par ricochet, de la compétence elle-même.

h. Critères d'engagement dans la démarche

Sont à la compétence traduite en situation ce que les critères de performance sont à la compétence traduite en comportement. Ils permettent de porter un jugement sur l'acquisition de la compétence.

II.3. DESCRIPTION SYNTHESE DU REFERENTIEL DE FORMATION

Le scénario de formation se trouve au cœur du référentiel de formation. Il consiste à présenter les choix qui ont résulté de la définition des compétences issues du Référentiel de Métier-Compétences (elles-mêmes découlant de l'AST). Ces compétences sont traduites en actions observables et en résultats mesurables, éléments sur lesquels reposent l'acquisition des compétences par l'apprenant et leurs évaluations. Le scénario de formation est complété par deux autres éléments :

- la détermination du nombre d'heures d'enseignement de chaque compétence ;
- l'établissement d'une séquence d'apprentissage qui détermine l'ordre logique d'acquisition de la compétence.

En plus de mettre en évidence la liste des compétences requises pour exercer un métier, le référentiel de formation les décrit de manière exhaustive et pose des balises qui déterminent une démarche d'acquisition desdites compétence.

L'exercice d'un métier met à contribution un ensemble de compétences en interrelation à un moment donné de l'exécution des tâches et des opérations. Ces interrelations sont mises en évidence dans la matrice des compétences contenue dans le Référentiel de Métier-Compétences. Le référentiel de formation prend en considération ces interrelations et les transpose dans la description des compétences qui constitue son essence même.

Cette transposition conduit à un référentiel de formation qui est d'abord pertinent, c'est-à-dire qui respecte les caractéristiques et les exigences du métier. Il est aussi cohérent, pour maintenir un équilibre entre les composantes et être applicable et réalisable. Ces dernières caractéristiques signifient que les compétences d'un référentiel doivent prendre en considération les moyens accessibles, mais qu'elles doivent également être formulées de façon à faciliter leur acquisition par l'apprenant. En conséquence, selon les modalités de réalisation de la compétence, le référentiel de formation mise sur deux techniques différentes pour décrire les compétences : la traduction en comportement et la traduction en situation.

Enfin, il importe de bien prendre en considération les liens entre les diverses compétences d'une part, et entre les compétences et le processus de travail d'autre part, pour bien décrire les compétences et la nature des relations qui les unissent.

En se servant des deux outils de base utilisés pour l'élaboration du référentiel de métier-compétences, à savoir la matrice des compétences et la table de correspondance, il est possible de produire un scénario de formation sous la forme de la matrice des objets de formation, le logigramme de la séquence d'acquisition des compétences et une description détaillée des compétences en comportement ou en situation.

3.1 DONNEES ADMINISTRATIVES

Niveau de qualification : **Technicien spécialisé**
Année d'approbation :2024

Type de sanction :	**Technicien spécialisé**
Nombre d'unités	**81**
Volume horaire lié aux compétences générales	**390**
Volume horaire lié aux compétences particulières	**825**
Durée totale	**1215**

Conditions admission :

Pour être admis à la formation de Technicien spécialisé en community manager, la candidate ou le candidat doit être âgée au moins de dix-sept ans, justifiant d'un niveau scolaire de Baccalauréat Scientifique, Technique industrielle ou être titulaire d'un DQP en Informatique avec une expérience d'au moins 3.

3.2. Liste des compétences du référentiel de formation

N°	Énoncé de la compétence	Durée	CP	CG	Unités	Types d'objets	Types de compétences	Titre du Module
1	Se situer au regard du métier et de la formation	30	0	30	2	S	G	Métier et Formation
2	Communiquer en milieu professionnel	45	0	45	3	S	G	Communication en milieu professionnel
3	Prévenir les atteintes à la santé, à la sécurité, à l'intégrité physique et à l'environnement	45	0	45	3	S	G	Hygiène, Santé, sécurité et Environnement
4	Utiliser les notions de base en informatique	60	0	60	4	C	G	Concepts de base en informatique
5	Appliquer les principes du marketing fondamental	60	0	60	4	C	G	Application des principes du marketing fondamental
6	Exploiter les aspects légaux et éthique du digital	45	0	45	3	C	G	Exploitation des aspects légaux droits, déontologie et éthique du digital
7	Utiliser les données sur le comportement des consommateurs	60	0	60	4	C	G	Utilisation des données sur le comportement des du consommateurs digital
8	Développer les stratégies de contenu	90	90	0	6	C	P	Développement des stratégies de contenu content marketing
9	Elaborer le mix digital	120	120	0	8	C	P	Elaboration du mix marketing digital opérationnel
10	Organiser les évènements en ligne	120	120	0	8	C	P	Organisation des évènements en ligne
11	Gérer une plateforme digitale	90	90	0	6	C	P	Gestion d'une plateforme digitale
12	Gérer la E-réputation	90	90	0	6	C	P	Gestion de la E-réputation
13	Rechercher un emploi	45	0	45	3	S	G	Entreprenariat
14	S'intégrer en milieu professionnel	315	315	0	21	S	P	Intégration en milieu professionnel
	Total	**1215**	**825**	**390**	**81**			
			68%	**32%**				

Une unité = 15 heures

PREMIERE PARTIE : OBJETS DE LA FORMATION

II.4. BUTS DU REFERENTIEL

Les buts du référentiel de formation traduisent les orientations particulières en matière de formation professionnelle pour l'emploi. Il reprend aussi les buts généraux de formation professionnelle. Le Référentiel de formation prépare donc la personne à devenir un travailleur du secteur numérique pouvant mener des activités de Community Manager seul, en équipe ou sous supervision, pour le compte d'une entreprise ou en auto emploi.

La nature du travail et les caractéristiques de l'environnement imposent au Community Manager de respecter strictement les règles et les consignes de sécurité autant pour la protection des travailleurs que de celle de l'environnement. Il doit aussi maîtriser les techniques de secourisme et de survie.

Étant donné que le Community Manager travaille souvent en équipe ou supervision, il doit démontrer de bonnes attitudes relationnelles, tout en veillant à préserver l'image de l'entreprise pour laquelle il réalise la gestion des réseaux sociaux, la création de contenu, la modération, l'analyse et reporting, la stratégie, la veille concurrentielle, l'engagement et fidélisation.

Outre les compétences liées directement au métier de Community Manager, le référentiel de formation vise, conformément aux buts généraux de la formation professionnelle, à :

- Rendre la personne efficace dans l'exercice de son métier, soit :
    - Lui permettre, dès l'entrée sur le marché du travail, de jouer les rôles, d'exercer les fonctions et d'exécuter les tâches et les activités associées à son métier ;
    - Lui permettre d'évoluer adéquatement dans un milieu de travail (ce qui implique des connaissances et des habiletés techniques et technologiques en matière de communication, de résolution de problèmes, de prise de décisions, d'éthique, de santé et de sécurité, etc.).
- Favoriser l'intégration de la personne à la vie professionnelle, soit :
    - Lui faire connaître le marché du travail en général ainsi que le contexte particulier de son métier ;
    - Lui faire connaître ses droits et responsabilités comme travailleur ou travailleuse ;
- Favoriser l'évolution de la personne et l'approfondissement de savoirs professionnels, soit :
    - Lui permettre de développer son autonomie et sa capacité d'apprendre ainsi que d'acquérir des méthodes de travail ;
    - Lui permettre de comprendre les principes sous-jacents aux techniques et aux technologies utilisées ;
    - Lui permettre de développer sa faculté d'expression, sa créativité, son sens de l'initiative et son esprit d'entreprise ;
    - Lui permettre d'adopter des attitudes essentielles à son succès professionnel, de développer son sens des responsabilités et de viser l'excellence.
- Assurer la mobilité professionnelle de la personne, soit :
    - Lui permettre d'adopter une attitude positive à l'égard des changements ;
    - Lui permettre de se donner des moyens pour gérer sa carrière, notamment par le développement de ses habiletés interpersonnelles et celles liées au travail d'équipe et à la gestion des responsabilités au sein d'une équipe.

II.5. ÉNONCE DES COMPETENCES.

a) Compétences générales

N°	Compétences générales	Tâches liées
01	Se situer au regard du métier et de la formation	1, 2, 3, 4, 5,6
02	Communiquer en milieu professionnel	1, 2, 3, 4, 5,6
03	Prévenir les atteintes à la santé, à la sécurité, à l'intégrité physique et à l'environnement	1, 2, 3, 4, 5,6
04	Utiliser les notions de base en informatique	1, 2, 3, 4, 5,6
05	Appliquer les principes du marketing fondamental	2, 3, 4, 5, 6
06	Exploiter les aspects légaux et éthique du digital	1, 2, 3, 4, 5, 6
07	Utiliser les données sur le comportement des consommateurs	2, 3, 4, 5, 6
13	Rechercher un emploi	1, 2, 3, 4, 5,6

b) Compétences particulières

N°	Compétences particulières	Tâches liées
08	Développer les stratégies de contenu	1, 2, 3, 4, 5, 6
09	Elaborer le mix digital	2, 3, 4, 5
10	Organiser les évènements en ligne	3, 4, 5, 6
11	Gérer une plateforme digitale	1, 2, 3, 4
12	Gérer la E-réputation	3, 4, 5, 6
14	S'intégrer en milieu professionnel	1, 2, 3, 4, 5, 6

II.6. MATRICE DES OBJETS DE FORMATION

C'est un tableau à double entrée. Il s'agit d'une matrice qui permet de voir les liens qui unissent des éléments placés à l'horizontale et des éléments placés à la verticale.

Le lien fonctionnel (O) entre une compétence particulière et une compétence générale indique que, dans le référentiel de formation, la relation qui existe dans le marché de travail est prise en compte.

Le lien fonctionnel (△) entre une compétence particulière et une ou plusieurs étapes du processus de travail annonce qu'au cours de l'acquisition de cette compétence, les étapes sont intégrées.

Malgré les liens existants sur le marché du travail, les symboles O et △ ne sont pas noircis, indiquant que ceux-ci ne sont pas pris en considération dans la formation, c'est-à-dire dans l'acquisition des compétences particulières.

La matrice des objets de formation présente également les durées de formation retenues pour l'enseignement technologique, l'apprentissage pratique de chacune des compétences et leur évaluation.

Les compétences sont placées dans la matrice des objets de formation selon un ordre séquentiel, allant du premier module au dernier.

Les indications (C) et (S) présentent une compétence traduite en comportement et une compétence traduite en situation respectivement.

De manière globale, la matrice des objets de formation ci-dessous présente une démarche intégrée de la formation qui est reprise schématiquement dans le logigramme de la séquence d'acquisition des compétences.

La logique qui a présidé à la conception de la matrice influe sur la séquence d'enseignement des modules. De façon générale, on prend en considération une certaine progression dans la complexité des apprentissages et le développement de l'autonomie de l'apprenant. De ce fait, l'axe vertical présente les compétences particulières dans l'ordre à privilégier pour la formation et sert de point de départ pour l'agencement de l'ensemble des modules. Certains deviennent ainsi préalables à d'autres ou doivent être vus en parallèle.

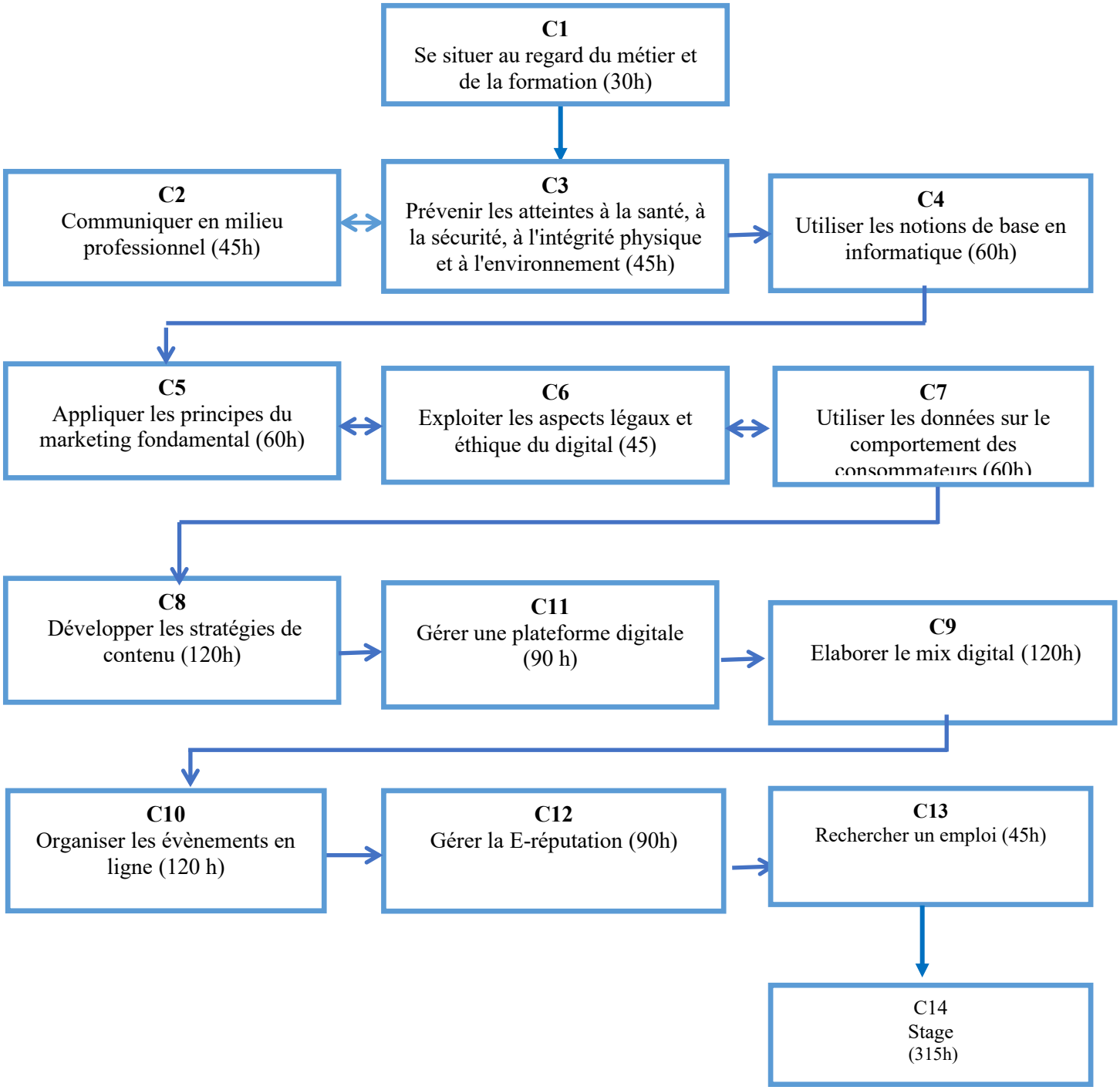
Community Manager (Technicien) **Compétences particulières**				**Compétences générales**								**Processus de travail**					
	Numéro de la compétence	**Type d' objectif**	**Durée (heures)**	Se situer au regard du métier et de la formation	Communiquer en milieu professionnel	Prévenir les atteintes à la santé, à la sécurité, à l'intégrité physique et à l'environnement	Utiliser les notions de base en informatique	Appliquer les principes du marketing fondamental	Exploiter les aspects légaux et éthique du digital	Utiliser les données sur le comportement des consommateurs	Rechercher un emploi	**Planifier le travail à réaliser**	**Exécuter le travail en adoptant les mesures de sécurité**	**Contrôler la qualité de travail**	**Rendre compte**	**Durée (heures)**	**Nombre de compétences**
Numéro de la compétence				**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**13**						**8**
Type d'objectif				**S**	**S**	**S**	**C**	**C**	**C**	**C**	**S**						
Durée (heures)				**30**	**45**	**45**	**60**	**60**	**45**	**60**	**45**					**390**	
Compétences particulières																	
Développer les stratégies de contenu	**8**	**C**	**120**	O	●	●	●	●	●	●	●	▲	▲	▲	▲		
Elaborer le mix digital	**9**	**C**	**90**	O	●	●	●	●	●	●	●	▲	▲	▲	▲		
Organiser les évènements en ligne	**10**	**C**	**120**	O	●	●	●	●	●	●	●	▲	▲	▲	▲		
Gérer une plateforme digitale	**11**	**C**	**90**	O	●	●	●	●	●	●	●	▲	▲	▲	▲		
Gérer la E-réputation	**12**	**C**	**90**	O	●	●	●	●	●	●	●	▲	▲	▲	▲		
S'intégrer en milieu professionnel	**14**	**S**	**315**	O	●	●	●	●	●	●	●	▲	▲	▲	▲		
Durée de la formation (heures)			**825**													**1215**	
Nombre de compétences	**6**																**14**

○: Existence d'un lien fonctionnel △ **:** Existence d'un lien fonctionnel ●: Application pédagogique ▲ : Application pédagogique

II.7 LOGIGRAMME

Le logigramme est une représentation schématique de l'ordre d'acquisition des compétences. Celles-ci peuvent être distribuées par semestre en tenant compte de leur niveau de complexité et des liens établis entre elles.

Le logigramme assure une planification globale de l'ensemble des compétences du référentiel de formation et permet de voir l'articulation qui existe entre les compétences.



DEUXIEME PARTIE : PRESENTATION DETAILLEE DES COMPÉTENCES DU REFERENTIEL

MODULE N°01 : Métier et formation	Code : MEF01	Durée : 30 h
Enonce de la compétence traduite en situation : se situer au regard du métier et de la formation		
CONTEXTE DE RÉALISATION • A l'aide des données à jour sur le métier ; • Au contact de personnes ressources du métier ou en milieu de travail ; • A l'occasion d'une démarche d'orientation ou de réorientation professionnelle.		
ELEMENTS DE COMPETENCE	**MISE EN ŒUVRE DE LA COMPETENCE**	**CRITERES D'ENGAGEMENT DANS LA DEMARCHE**
S'informer sur le métier	1.1 S'informer à propos du marché du travail : perspectives d'emploi, rémunération, possibilités d'avancement et de mutation, critères et processus de sélection des candidats et des candidates 1.2 S'informer de la nature et des exigences de l'emploi (tâches, conditions de travail, critères d'évaluation, droits et responsabilités) au cours de visites, d'entrevues, de rencontres d'information animées par un représentant ou une représentante de l'industrie, d'examens de documentation, etc. 1.3 Inventorier les habiletés, aptitudes, attitudes et connaissances nécessaires pour pratiquer le métier 1.4 Présenter les données collectées et discuter de sa perception du métier	• Description judicieuse de la nature et exigences de l'emploi • Inventaire judicieux les habiletés, aptitudes, attitudes nécessaires pour pratiquer le métier • Identification correcte des particularités du milieu professionnel
S'informer sur le programme de formation et engagement de la démarche	2.1 Présentation du contenu de la formation ; 2.2 Présentation de la démarche de formation ; 2.3 Présentation des modalités de l'évaluation de sanction 2.4 Faire part de ses premières réactions en ce qui a trait à la formation	• Présentation correcte du contenu de la formation ; • Présentation correcte de la démarche de formation ;

		• Présentation correcte des modalités de l'évaluation de sanction
Évaluer et confirmer son engagement	3.1 Faire un bilan de ses goûts, de ses aptitudes, de ses connaissances du domaine et de ses qualités personnelles 3.2 Comparer son bilan avec les exigences liées à la formation et à l'exercice du travail ; 3.3 Reconnaître les forces qui faciliteront son travail ainsi que les faiblesses qu'il faudra palier 3.4 Donner les raisons qui motivent son choix de poursuivre ou non la démarche de formation 3.5 Examiner la possibilité de créer son entreprise ou de travailler à son compte	• Présentation correcte d'un bilan de ses goûts, aptitudes, connaissances du domaine ainsi que de ses qualités personnelles • Justification de sa décision quant au fait de poursuivre ou non le programme de formation • Détermination correcte de son attirance pour l'auto-emploi

MODULE 02: Communication en milieu professionnel		
Code : COM02 **Durée :45 heures**		
Enonce de la compétence traduite en situation : Communiquer en milieu professionnel		
CONTEXTE DE REALISATION A partir des documents et ressources techniques ; A partir des principes de communication ; A l'aide des matériels et outillages appropriés ; A partir d'une situation de travail.		
ELEMENTS DE COMPETENCE	**MISE EN ŒUVRE DE LA COMPETENCE**	**CRITERES D'ENGAGEMENT DANS LA DEMARCHE**
1- Utiliser les termes et expressions indispensables pour la communication en milieu de travail	○ Appréhender le langage professionnel 1.2 Utiliser les connaissances du lexique professionnel.	7. Traduction correcte du sens général et des idées essentielles d'un message **8.** Interprétation exacte du sens général et des idées principales d'un texte.
2-Traiter les informations	○ Relever les propos essentiels du texte 2.2 Repérer et classer les thèmes du texte	9. Reformulation juste des éléments importants des propos du texte ▪ Classement approprié des principales manifestations thématiques.
3- Produire les messages indispensables à la vie professionnelle et sociale	3.1 Présenter une pratique professionnelle 3.2 Présenter une situation de travail 3.3 Expérimenter des situations de communication.	▪ Production judicieuse d'un message. ▪ Élaboration conforme d'un plan de rédaction.
4- Communiquer oralement	4.1 S'informer des principes généraux de la communication orale 4.2 Exprimer oralement un message sur des sujets à portée professionnelle.	▪ Appropriation parfaite des principes de communication • Expression avec éloquence des sujets.

5- Rendre compte de son activité	5.1 Rendre compte du résultat d'une activité 5.2 Faire part d'une situation inhabituelle.	• Application correcte des techniques de rédaction • Rédaction correcte compte rendu

MODULE N°03 : Hygiène, Santé, sécurité et Environnement	**Code : QHSE03**	**Durée : 45h**
Enoncé de la Compétence traduite en situation: Prévenir les atteintes liées à la santé, à l'hygiène, à la sécurité au travail et à l'environnement.		

CONTEXTE DE REALISATION :

- Dans toute situation comportant des risques pour la santé et la sécurité de l'intervenant et de la clientèle.
- A partir :
  - des lois, des règlements et des normes relatives à santé, à la sécurité au travail, à l'hygiène, à la salubrité et à la préservation de l'environnement ;
  - de consignes et d'instructions.
- A l'aide :
  - d'accessoires et équipements de protection individuelle (EPI) et collective (EPC) ;
  - d'une trousse de premiers soins ;
  - de notices, de guides et de manuels d'utilisation.

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE :

- Respect des lois, des règlements et des normes.
- Application correcte des mesures d'hygiène, de salubrité, de sécurité, de santé et de protection de l'environnement.
- Intervention judicieuse en cas d'urgence.

Éléments de compétence		**Critères particuliers de performance**
1.	S'informer des lois et des règlements sur la santé et la sécurité au travail.	• Interprétation juste de la législation du travail. • Relevé approprié des normes et des procédures de santé et de sécurité au travail. • Repérage adéquat de l'information dans les documents et les pictogrammes.

2.	Identifier les risques relatifs à la santé et à la sécurité dans l'environnement professionnel.	• Repérage correct des situations à risques et des sources de dangers. • Anticipation juste des dangers actuels ou potentiels. • Reconnaissance juste des comportements et des attitudes comportant des risques. • Appréciation juste des risques associés à la situation.
3.	Appliquer des mesures préventives reliées à l'hygiène, la santé et la sécurité au travail.	• Association appropriée des normes d'hygiène, de santé et de sécurité aux zones de travail. • Reconnaissance juste des mesures préventives. • Reconnaissance appropriée des conséquences du non-respect des normes sur le plan individuel et celui de l'entreprise. • Utilisation conforme des équipements de protection individuelle et collective.
4.	Intervenir en situation d'urgence.	• Appréciation juste de la gravité de la situation • Manifestation d'attitudes et de comportements sécurisants et réconfortants. • Exécution efficace des interventions de premier niveau en cas d'accident. • Respect de la procédure d'appel aux ressources compétentes.
5.	Prévenir les infections transmissibles sexuellement (IST), le virus d'immunodéficience humaine (VIH/SIDA) et d'autres maladies transmissibles.	• Collecte d'information pertinente sur les modes de transmission, l'évolution et les moyens de prise en charge. • Reconnaissance des conséquences possibles de comportements inappropriés.
6.	Développer un comportement écologiquement responsable.	• Identification des normes environnementales. • Repérage de l'information pertinente sur des produits couramment utilisés (propriétés physiques et chimiques, interactions, impacts sur la santé, l'environnement, etc.) • Interprétation adéquate de fiches signalétiques du Système d'information sur les matières dangereuses utilisées au travail (SIMDUT). • Gestion appropriée des déchets. • Adoption des comportements visant à réduire l'émission des gaz à effet de serre.

MODULE N° 04: Notions de base en informatique	Code : UNBI04	Durée : 60 h
Énoncé de la compétence traduite en comportement : Utiliser les notions de base en informatique		

CONTEXTE DE REALISATION :

- Dans le contexte du travail effectué en entreprise.
- Dans des situations de la vie courante.
- A partir de consignes et d'instructions.
- A l'aide :
  - D'un poste informatique standard connecté ;
  - De logiciels de bureautique usuels et récents ;
  - De manuels d'utilisation ;
  - De périphériques.

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE :

- Utilisation appropriée des manuels d'utilisation.
- Respect des principes relatifs à l'ergonomie.
- Exploitation judicieuse et responsable de l'outil informatique.

Éléments de compétence		Critères particuliers de performance
-	Préparer son poste de travail.	• Repérage et identification précise des éléments de l'ordinateur et de ses périphériques. • Branchement conforme de l'unité centrale et des périphériques. • Assemblage correct des composants
-	Utiliser les fonctions de base d'un système d'exploitation.	• Gestion correcte de dossiers et de fichiers. • Utilisation appropriée des principales fonctions d'un système d'exploitation • Application rigoureuse des mesures de protection des données.
-	Saisir des données.	Utilisation appropriée des fonctions de base d'un logiciel de traitement de texte et d'un tableur Application correcte des fonctions de sauvegarde et d'impression

-	Monter une présentation power point.	• Manipulation adéquate des fichiers de présentation. • Utilisation appropriée des fonctions de base d'un logiciel de présentation
-	Naviguer sur Internet.	• Utilisation correcte de moteur de recherche • Localisation rapide de l'information • Téléchargement judicieux des fichiers

MODULE N° 05 : Les principes du marketing fondamental	**Code : APMF 05**	**Durée : 60h**
Enoncé de la compétence traduite en comportement : Appliquer les principes du marketing fondamental		

CONTEXTE DE REALISATION

- A l'intérieur, dans un bureau
- Travail effectué individuellement ou en équipe ou sous supervision.

À partir :

- Dans le contexte du travail effectué en entreprise.
- Dans une approche stratégique.
- A partir de consignes et d'instructions.

À l'aide :

- À l'aide de ressources pédagogiques (études de cas, des tutoriels en ligne, des livres et des articles spécialisés dans le marketing digital)
- Etudes des cas
- Outils de planification marketing (plan de marketing digital, calendrier marketing, etc.)
- Outils numériques (logiciels d'analyse de données, des plateformes publicitaires en ligne, des outils de gestion de contenu, etc.)
- Livres et des articles spécialisés dans le marketing fondamental

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE :

- Choix judicieux des canaux de communication adaptés la cible

- Interprétation correcte des résultats des actions de marketing
- Sélection judicieuse des canaux et outils numériques appropriés
- Ajuster les actions de marketing en fonction des résultats
- Communication efficace du plan de marketing aux parties prenantes concernées

Éléments de compétence		***Critères particuliers de performance***
1	Comprendre les besoins et désirs du consommateur	• Détection correcte des attentes spécifiques des clients • Utilisation judicieuse des outils pratiques et accessibles pour automatiser la détection d'informations • Identification correcte des motivations des consommateurs
2	Appliquer les fondamentaux du marketing numérique	• Compréhension correcte du comportement des utilisateurs • Maitrise appropriée des principes de base du marketing numérique
3	Développer une stratégie marketing	• Evaluation efficace de la pertinence des actions, • Mesure correcte des indicateurs de performance, • Amélioration correcte de la visibilité
4	Identifier les personas et cibler les audiences.	• Création correcte de profils de personas et de segments de marché • Segmentation correcte des audiences en groupes distincts
5	Exploiter le positionnement et le marketing. mix	• Gestion efficace de la communication et le positionnement • Création correcte d'une connexion émotionnelle avec les clients • Adoption efficace du marketing mix aux besoins. du marché cible.

MODULE N° 06 : Les aspects légaux et éthique du digital	**Code : EALE06**	**Durée : 45 h**
Enoncé de la compétence traduite en comportement : Exploiter les aspects légaux et éthique du digital		

CONTEXTE DE REALISATION

- A l'intérieur, dans un bureau
- Travail effectué individuellement ou en équipe ou sous supervision.

À partir :

- des lois, des règlements et des normes
- de consignes et d'instructions

À l'aide :

- Etudes des cas
- Livres et des articles spécialisés dans le marketing digital

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE :

- Respect des lois et réglementations :
- Engagement éthique
- Intégrité scientifique
- Transparence et responsabilité
- Impact environnemental

Éléments de compétence		***Critères particuliers de performance***
1	Appliquer la règlementation en vigueur	• Connaissance parfaite des lois et segments • Exploitation correcte de la conformité aux normes et aux lois en vigueur, • Adoption correcte des acquisitions aux besoins spécifiques.
2	Appliquer les meilleures pratiques en matière de sécurité des données	• Identification parfaite des mesures de sécurité • Application parfaite des mesures de sécurité

3	Exploiter les données sur la propriété intellectuelle.	• Identification correcte des divers cadres réglementaires • Identification correcte des différents droits de propriété Protection correcte des droits d'auteurs

MODULE N° 07: Les données sur le comportement des consommateurs	**Code : UDCC07**	**Durée : 60 h**
Enoncé de la compétence traduite en comportement : Utiliser les données sur le comportement des consommateurs		

CONTEXTE DE REALISATION :

- Dans la société Etude de marché
- Ciblage des audiences.

À partir :

- Des données collectées (études de marché, enquêtes, sondages, analyses des comportements en ligne)
- Des outils d'analyse (segmentation, ciblage, personas, cartographie du parcours client)
- Des données démographiques des consommateurs (âge, sexe, lieu de résidence, revenu, etc.).

À l'aide :

- Des connaissances en psychologie (Motivation, perception, décision,)
- Des connaissances en sociologie (groupes sociaux, classes sociales, cultures)

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE :

- Collecte précise des données pertinentes sur les consommateurs
- Utilisation judicieuse des outils et des méthodes d'étude du comportement des consommateurs (enquêtes, entretiens, observations, analyses statistiques, etc.,)

• Communication efficace des résultats de l'étude de comportement des consommateurs • Respect strict des normes éthiques et de confidentialité liée aux données du comportement des consommateurs		
Éléments de compétence		***Critères particuliers de performance***
1	Interpréter le comportement du consommateur pour comprendre ses préférences et ses décisions d'achat	• Collecte efficace des données comportementales • Identification précise des tendances, des modèles et des insights significatifs sur les préférences et les décisions d'achat des consommateurs • Identification précise des facteurs d'influence du comportement des consommateurs • Utilisation appropriée d'outils d'analyse des données comportementales
2	Segmenter le marché en entités homogènes	• Identification précise des critères de segmentation • Différenciation correcte du marché • Identification précise des groupes de consommateurs de caractéristiques identiques
3	Appliquer des principes de persuasion	• Interprétation correcte des principes d'influence des attitudes et des comportements des consommateurs • Utilisation efficace des techniques de persuasion • Consignation claire des résultats de la persuasion des consommateurs sur les attitudes et les comportements des consommateurs
4	Adapter la communication au public cible	• Détermination correcte des caractéristiques comportementales du public cible • Sélection judicieuse des canaux de communication appropriés du contenu de message et du ton

MODULE N° 08 : Les stratégies de contenu	**Code : DSSC08**	**Durée : 150h**
Enoncé de la compétence traduite en comportement : Développer les stratégies de contenu		

CONTEXTE DE REALISATION :

Au bureau ou sur le terrain

Les Médias sociaux

Les projets scolaires, de stages en entreprise imaginaires ou réels Intérêt personnel de l'apprenant

En équipe, individuellement ou sous supervision.

À partir :

- La connaissance du marché et de la cible
- Les objectifs marketing
- Les canaux de communication
- Les sujets d'intérêt de l'apprenant
- Les thèmes donnés par le formateur
- Les recherches et d'analyses

À l'aide :

- La formation aux techniques de rédaction du contenu numérique
- Les études de cas et exemples concrets
- Les compétences visuelles et multimédia
- Les outils de création de contenu numérique (logiciels de traitement de texte, éditeurs d'images, applications de montage vidéo, etc.)
- Les ressources en ligne (tutoriels vidéo, guides d'écriture, modèles de conception, etc.)

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE :

- Utilisation efficace des techniques de rédaction de contenu
- Utilisation efficace des outils numériques pour éditer du contenu visuel ou audiovisuel attractif
- Rédaction correcte du contenu en tenant compte des règles de grammaire, d'orthographe et de style

- Identification correcte du public cible, de ses préférences et ses besoins.
- Respect rigoureux des bonnes pratiques en matière de droits d'auteur, de confidentialité et de conformité légale lors de la création du contenu

Éléments de compétence		***Critères particuliers de performance***
1	Élaborer une stratégie de contenu	• Identification correcte des besoins et les attentes de persona en matière de contenu • Détermination correcte des types de contenu appropriés
2	Rédiger le contenu persuasif	• Utilisation correcte d'un langage simple et accessible • Adaptation exacte du contenu à l'audience cible • Utiliser correcte d'un langage évocateur qui suscite des émotions spécifiques
3	Concevoir des visuels attrayants	• Choix judicieux des outils et les logiciels adaptés à la création de visuels numériques • Application correcte des principes de base du design graphique • Utilisation appropriée des visuels
4	Développer une stratégie de médias sociaux	• Choix judicieux des plateformes de médias sociaux • Définition correcte d'un plan de contenu • Identification précise des types de contenu à publier • Détermination correcte de la fréquence de publication sur les médias sociaux
5	Produire du contenu vidéo Captivant	• Utilisation appropriée des techniques de production vidéo • Rédaction correcte de scénarios et de storyboard • Calibrage correct du style et du ton de la vidéo à la cible visée
6	Publier du contenu	• Utilisation appropriée des plateformes et outils • Utilisation appropriée de contenu pertinent original et engageant pour le public cible • Utilisation appropriée des outils de mesure de l'engagement • Respect strict du calendrier de publication • Ajustement correcte des publications en fonction des retours des utilisateurs

MODULE N° 09 : Elaboration du mix digital	**Code : TVRS 09**	**Durée : 120 h**
Enoncé de la compétence traduite en comportement : Elaborer le mix digital		

CONTEXTE DE REALISATION

- A l'intérieur, dans un bureau
- Travail effectué individuellement ou en équipe ou sous supervision.

À partir :

- De problèmes réels ou simulés
- De consignes et d'instructions

À l'aide :

- D'un ordinateur,

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE :

- Mesure de l'Impact :
- Optimisation de l'Allocation des Budgets :
- Utilisation de l'Attribution Média :
- Analyse des Données Complexes :
- Adaptation aux Nouvelles Tendances

Éléments de compétence		***Critères particuliers de performance***
1	**A**nalyser les tendances du marché	• Definition correcte des objectifs ; • Collecte judicieuse des informations ; • Visualisation pertinente des flux ;
2	Segmenter et cibler le marché	• Création exacte des profils détaillés de vos clients idéaux • Division correcte du marché en segments basés sur des critères démographiques, psychographiques, comportementaux
3	Utiliser des canaux de distribution numériques.	• Identification correcte des canaux • Identification correcte des outils d'automatisation

		• Description parfaite des fonctionnalités ;
4	Identifier les stratégies de tarification en ligne	• Analyse correcte des modèles freemium, abonnements, et promotions; • Application efficace des modèles freemium, abonnements, et promotions .
5	évaluer les performances	• Analyse correcte des données ; • Recueil correct des retours des clients • Recommandation pertinente des correctifs et mesures

MODULE N°10 : Organisation des évènements en ligne	Code :OELL10	Durée : 120 h
Enoncé de la compétence traduite en comportement : Organiser les évènements en ligne		

CONTEXTE DE REALISATION

- A l'intérieur, dans un bureau
- Travail effectué individuellement ou en équipe ou sous supervision.

À partir :

- De problèmes réels ou simulés
- De consignes et d'instructions
- De situations propres à une intrusion

À l'aide :

- d'un ordinateur

CRITÈRES GÉNÉRAUX DE PERFORMANCE :

- Taux de Participation et d'Engagement
- Analyse des Retombées et des Résultats
- Expérience Utilisateur
- Mesure de la Satisfaction
- Performance Technique

- Objectifs Atteints

Éléments de compétence		*Critères particuliers de performance*
1	Définir les Objectifs de l'Événement	• Clarification correcte du but de l'événement; • Identification claire de l'audience; • Identification correcte du contenu et du format de l'événement • Sélection correcte de la Plateforme
2	Planifier et structurer le contenu	• Établissement correct d'un programme détaillé • Identification correcte des intervenants • Proposition pertinente des Présentations et du Matériel • Promotion juste de l'événement
3	Interagir avec le public	• Analyse efficace des menaces et vulnérabilités ; • Exploitation correcte du contexte organisationnel et règlementaire ; • Analyse efficace des mises à jour.
4	Gérer les inscriptions et les participants	• Identification juste des outils d'inscription • Fourniture exacte des informations • Utilisation juste des outils interactifs
5	Evaluer la performance	• Collecte exacte des feedbacks • Test correct de Nouvelles Approches

MODULE Nº 11 : Gestion d'une plateforme digitale	**Code : GPFD11**	**Durée : 90 h**
Enoncé de la compétence traduite en comportement : Gérer une plateforme digitale		

CONTEXTE DE REALISATION :

- Promotion des produits ou services de l'entreprise
- Simulations de campagnes publicitaires pour des produits ou services imaginaires ou réels
- Plateformes publicitaires en lignes
- Travail effectué individuellement ou en équipe ou sous supervision.

À partir :

- De la connaissance du marché et de la cible
- des objectifs du marketing en ligne
- Des connaissances de base du fonctionnement des publicités en ligne et des différents types de publicités disponibles (annonces texte, annonces display, annonces vidéo, etc.).
- D'une analyse des objectifs de la campagne marketing, du public cible et du budget alloué.
- Des Connaissances de base sur les différentes plateformes publicitaires disponibles

À l'aide :

- Des outils de gestion de publicités en ligne (Google Ads, Facebook Ads Manager, etc.).
- Des guides et de tutoriels en ligne sur les bonnes pratiques en matière de création et de gestion de campagnes publicitaires en ligne
- Des exemples concrets de campagnes publicitaires réussies ou d'études de cas
- Des outils de création d'annonces (Google Web Designer, Canva, etc.)
- Des outils de suivi des performances (Google Analytics, Facebook Insights, etc.)
- Des formations aux concepts de base de la publicité en ligne
- Des Connaissances sur les plateformes publicitaires en ligne
- De la stratégie de ciblage et de segmentation de marché
- Des principes de base pour la création de publicités convaincantes

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE :

• Planification judicieuse des campagnes publicitaires sur différentes plateformes en ligne • Sélection judicieuse des audiences par ciblage et segmentation • Organisation correcte des publicités convaincantes • Utilisation efficace des budgets alloués pour les campagnes publicitaires en ligne • Identification correcte des canaux publicitaires en ligne • Production correcte des annonces attrayantes et pertinentes Contrôle rigoureux des campagnes publicitaires en ligne (les clics, les impressions, les conversions, etc)		
Éléments de compétence		***Critères particuliers de performance***
1	Choisir les canaux	• Identification précise des canaux ; • Adaptation correcte du type de contenu au format du canal • Gestion efficace de grands volumes d'interactions sur différents canaux
2	Préparer les actions des campagnes marketings en ligne	• Identification précise des besoins et attentes du client ou de l'entreprise • Sélection judicieuse des canaux et formats de marketings • Exécution correcte d'un plan de campagne marketing détaillé
3	Mettre en œuvre les campagnes publicitaires (SEA)	• Configuration correcte des paramètres de la campagne publicitaire SEA • Production correcte des annonces efficaces et attractives • Rédaction correcte des rapports d'analyse des performances des campagnes publicitaires
	Implémenter les campagnes de SMS et Emails marketings	• Choix judicieux des plateformes de gestion des SMS et Emails marketing • Configuration correcte des paramètres des campagnes des SMS et emails marketing • Création efficace des SMS et Emails marketing • Envoi correct des SMS et Emails marketing
4	Payer les droits en ligne	• Identification précise des types de paiement ; • Exploitation judicieuse des ressources • Exécution rigoureuse le budget d'une campagne

MODULE N°12 : Gestion de la E-réputation	**CODE : GDLE12**	**Durée : 90 h**
Enoncé de la compétence traduite en comportement : Gérer de la E-réputation		

CONTEXTE DE REALISATION

- A l'intérieur, dans un bureau
- Travail effectué individuellement ou en équipe ou sous supervision.

À partir :

- de problèmes réels ou simulés
- stratégie efficace pour surveiller, gérer, et améliorer la e-réputation, tout en répondant aux défis et en exploitant les opportunités offertes par l'environnement numérique.

À l'aide :

- d'un ordinateur,
- Connexion internet

CRITÈRES GÉNÉRAUX DE PERFORMANCE :

- Efficacité juste de la surveillance
- Analyse correcte des sentiments
- Rapidité correcte de la réponse
- Qualité correcte de la réponse
- Réponse correcte en cas de crise
- Innovation et adaptabilité performante
- Création positif du contenu
- Engagement précis avec la communauté
- Mesure juste de la performance
- Communication juste des résultats

Éléments de compétence		***Critères particuliers de performance***
1	Comprendre les médias sociaux,	• Interaction correcte des utilisateurs avec le contenu publié • Évaluation exacte d'attractivité de la marque sur les médias sociaux

		• Identification appropriée des meilleures pratiques
2	Gérer les contenus	• Utilisation correcte de mots-clés • Ajustement correcte de la stratégie de contenu • Evaluation efficacité des stratégies mises en place
3	Analyser les données	• Choix correct de KPI • Interprétation minutieuse des résultats • Utilisation appropriée des outils d'analyses
4	Utiliser les stratégies de communication	• Transmission correcte des messages • Utilisation efficace des KPI • Identification correcte des points à améliorer
5	Elaborer des plans de gestion de crise	• Identification et évaluation exacte des risques • Communication efficace en temps de crise • Simulation correcte de la crise • Évaluation efficace d'une gestion de crise

MODULE N°13 : Entrepreneuriat	Code : ENT13	Durée : 45 heures
ENONCE DE LA COMPETENCE TRADUITE EN SITUATION : Rechercher un emploi		
CONTEXTE DE REALISATION A Individuellement ou en équipe À partir de • Signalement ou saisie d'opportunités • Besoins du marché • Plan d'affaire • Initiatives personnelles A l'aide de • Outils informatiques • Modèles courants de plans d'affaire		

ELEMENTS DE COMPETENCE	MISE EN ŒUVRE DE LA COMPETENCE	CRITERES D'ENGAGEMENT DANS LA DEMARCHE
1. Identifier les conditions de réussite d'un projet de création d'entreprise ou d'auto emploi	1.1 Interpréter l'environnement économique 1.2 Étudier le marché de l'emploi 1.3 Adopter des stratégies individuelles pour une gamme de produits ou de services	• Interprétation succincte de l'environnement économique • Interprétation succincte du marché • Positionnement stratégique dans une gamme de produits ou de services
2. Monter un projet d'installation	2.1. S'approprier les procédures de base de montage d'un projet 2.2. Etudier le milieu 2.3. Collecter les informations 2.4. Identifier le projet 2.5. Rédiger le projet	• Maitrise des procédures de montage de projet • Choix judicieux du milieu • Collectes judicieuses des informations • Identification correcte du projet • Rédaction correcte du projet
3. Rechercher un financement	3.1 Identifier les sources de financement 3.2 Soumettre une demande de financement	• Recherche judicieuse des sources de financement

	3.3 Défendre le projet	• Montage correct d'un dossier de financement • Défendre méticuleux d'un projet
4. Exécuter un projet	4.1 Conduire les opérations du projet 4.2 Mobiliser les ressources humaines et matérielles 4.3 Mettre en œuvre les activités 4.4 Evaluer la mise en œuvre du plan d'affaires 4.5 Suivre son installation 4.6 Evaluer le projet	• Mise en œuvre judicieux du plan • Mobilisation judicieuse des ressources • Mise en œuvre judicieuse des activités • Suivi judicieux du projet • Evaluation correcte du projet
5. S'approprier les techniques de recherche d'emploi	5.1 Répondre à une interview, à une offre d'emploi 5.2 Rédiger un CV 5.3 Rédiger une demande d'emploi/ lettre de motivation.	• Réponse pertinente à une interview, à une offre d'emploi • Rédaction correcte d'un CV • Rédaction judicieuse d'une demande d'emploi, de la lettre de motivation. • Élaboration conforme d'un plan de rédaction.

MODULE N°14: Stage	Code :STAG14	Durée :315 heures
Enonce de la compétence traduite en situation : s'intégrer en milieu professionnel		

CONTEXTE DE REALISATION
Dans un milieu professionnel
En présence de l'encadreur de stage ou tuteur
En présence des responsables de l'entreprise.
A partir de l'exécution des tâches professionnelles
A l'aide de la collaboration étroite entre l'école et l'entreprise.

ELEMENTS DE COMPETENCE	MISE EN ŒUVRE DE LA COMPETENCE	CRITERES D'ENGAGEMENT DANS LA DEMARCHE
1- Préparer son séjour en milieu de travail	1.1 Prendre connaissance des modalités et des renseignements relatifs au stage 1.2 S'informer sur l'organisation de l'entreprise 1.3 Se situer dans l'organisation de l'entreprise par rapport à la tâche et à la place occupée dans la structure.	• Recueil des données pertinentes relatives au stage et à l'organisation de l'entreprise • Description exhaustive des tâches prévues pour son stage • Choix judicieux des entreprises susceptibles d'accueillir le stagiaire • Élaboration conforme du dossier de stage.
2- Respecter les principes de discipline et de déontologie	2.1 Présenter les qualités personnelles et professionnelles 2.2 S'informer des consignes des supérieurs, de sécurité, des règlements de l'entreprise et des normes environnementales.	• Respect méticuleux des consignes, des règlements, de la hiérarchie et des normes environnementales • Démonstration correcte des qualités personnelles et professionnelles.

3- Exécuter les activités en milieu de travail	3.1 Observer le contexte du travail 3.2 Effectuer diverses tâches professionnelles 3.3 Vérifier la satisfaction de l'encadreur par rapport aux activités effectuées 3.4 Relater ses observations sur le contexte de travail et sur les tâches exercées dans l'entreprise	7 Exécution appropriée des tâches 8 Assimilation parfaite et démonstration des opérations liées au métier 9 Développement judicieux des attitudes professionnelles 10 Utilisation adéquate des matériels de l'entreprise.
4- Comparer ses perceptions aux réalités du métier	4.1 Relater sa perception du métier avant et après le stage 4.2 Évaluer l'influence de l'expérience vécue sur le choix d'un futur emploi.	• Résumé succinct de l'expérience de stage • Démonstration correcte de l'influence du stage sur le choix d'un futur emploi
5- Rédiger le rapport de stage	5.1 S'informer sur le plan de rédaction et du contenu d'un rapport de stage 5.2 Utiliser une expression soutenue dans la rédaction du rapport de stage.	• Respect judicieux des principes de la langue utilisée • Pertinence du contenu du rapport • Rédaction soignée et concise du rapport de stage.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

1. Samurçay R. et Pastré, P. (2004), Stratégie de la formation professionnelle, République du Cameroun, Toulouse : Octarès, 187 pages.
2. Organisation Internationale de la Francophonie (2007), Les guides méthodologiques d'appui à la mise en œuvre de l'approche par compétences en formation professionnelle, Guide - Conception et réalisation des études sectorielles et préliminaires, 77 pages.
3. Organisation Internationale de la Francophonie (2007), Les guides méthodologies d'appui à la mise en œuvre de l'approche par compétences en formation professionnelle, Guide - Conception et réalisation d'un référentiel de métier-compétences, 83 pages.
4. Organisation Internationale de la Francophonie (2007), Les guides méthodologiques d'appui à la mise en œuvre de l'approche par compétences en formation professionnelle, Guide - Conception et production d'un guide pédagogique, 61 pages.
5. Organisation Internationale de la Francophonie (2007), Les guides méthodologiques d'appui à la mise en œuvre de l'approche par compétences en formation professionnelle, Guides - Conception et production d'un guide d'évaluation, 86 pages.
6. Heath C. et Heath D, 2007, Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die, Random House, 291 pages
7. Kaushik A, 2009, Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity, Wiley Publishing, 512 pages
8. Hemann C. et Burbary K, 2013, Digital Marketing Analytics: Making Sense of Consumer Data in a Digital World, Que Publishing, 364 pages
9. Vaynerchuk G, 2013, Jab, Jab, Jab, Right Hook: How to Tell Your Story in a Noisy Social World, Harper Business, 224 pages.
10. Winston W. L, 2014, Marketing Analytics: Data-Driven Techniques with Microsoft Excel, Wiley, 720 pages
11. Berger J, 2014, Contagious: How to Build Word of Mouth in the Digital Age, (1), Simon & Schuster Ltd, 256 pages.
12. Sutherland J, 2014, Scrum: The Art of Doing Twice the Work in Half the Time, volume, Crown Currency, 384 pages.
13. Gallo C, 2014, Talk Like TED: The 9 Public-Speaking Secrets of the World's Top Minds, volume 1, St. Martin's Press, 288 pages.
14. Kawasaki G. et Fitzpatrick P, 2014, The Art of Social Media: Power Tips for Power Users, Portfolio/Penguin, 208 pages.
15. Deiss R. et Henneberry R, 2020, Digital Marketing For Dummies, John Wiley & Soons, 368 pages.
16. Jeff J, 2016, Agile Marketing: Building Endurance for Your Content Marketing Team, Squared Digital, 392 pages.
17. Crestodina A, 2022, Content Chemistry: The Illustrated Handbook for Content Marketing, Orbit Media Studios, Inc, 376 pages.
18. Chaffey D. et Ellis-Chadwick F, 2022, Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice, volume 1, Pearson Education, 4848 pages.
19. Michelle Krasniak, Zimmerman J. et Deborah Ng, 2023, Social Media Marketing All-in-One For Dummies, volume , Wiley, 784 pages.

20. Caroline Faillet "Community Management: Stratégies et bonnes pratiques pour interagir avec vos communautés"–
21. Robert Rose, (August 2020). How Content Marketing Can Save Your Digital Marketing Strategy. Content Marketing Institute, https://contentmarketinginstitute.com/articles/digital-marketing-strategy/
22. Angela Petteys, (November 2023). A Beginner's Guide to Google Search Console. MOZ Blog, https://moz.com/blog/a-beginners-guide-to-the-google-search-consol

REFERENTIEL D'EVALUATION ET DE CERTIFICATION (REC)

ABRÉVIATIONS ET ACRONYMES

APC	Approche Par Compétences
AST	Analyse de la Situation de Travail
BT	Brevet de Technicien
CMR	Cameroun
CQP	Certificat de Qualification Professionnelle
DFOP	Direction de la Formation et de l'Orientation Professionnelles
DQP	Diplômes de Qualification Professionnelle
DTS	Diplôme de Technicien Spécialisé
EPC	Équipements de Protection Collective
EPI	Équipements de Protection Individuelle
FP	Formation Professionnelle
GECAM	Groupement des Entreprises du Cameroun
GOPM	Guide d'Organisation Pédagogique et Matérielle
GP	Guide Pédagogique
IGF	Inspection Générale des Formations
MINEFOP	Ministère de l'Emploi et de la Formation Professionnelle
OIF	Organisation Internationale de la Francophonie
OWASP	**Open Web Application Security Project**
PADESCE	Projet d'Appui au Développement de l'Enseignement Secondaire et des Compétences pour la Croissance et l'Emploi
RAST	Rapport d'Analyse de Situation de Travail
RF	Référentiel de Formation
RMC	Référentiel de Métier Compétences
SND30	Stratégie Nationale de Développement du Cameroun 2030
VAE	Validation des Acquis de l'Expérience
WAF	Web Application Firewall
REVA	Référentiel d'Evaluation et de Certification

III.1. PRESENTATION D'UN REFERENTIEL D'EVALUATION

a). Nature

Le Référentiel d'Evaluation (REVA) repose sur les compétences issues du Référentiel de Métier-Compétences (RMC) et de celles propres au projet de formation. Il est un guide proposant des orientations en matière d'évaluation des compétences : compétences traduites en comportement et compétences traduites en situation. Différents acteurs évoluant au sein du système de formation professionnelle, ils peuvent définir de manière différente l'expression : évaluation des apprentissages. C'est ainsi que l'apprenant, le formateur, les autres personnes qui travaillent dans la Structure de formation, les responsables de la gestion centrale de la formation, sont amenés à dégager divers points de vue sur la notion d'évaluation, selon qu'ils ont à l'intégrer dans leur apprentissage, à la mettre en application ou à la gérer. Prenant en compte tous ces cas de figure, on peut considérer que l'évaluation se situe au cœur des processus d'apprentissage, de formation et de gestion de la formation professionnelle.

Souvent, l'on a perçu ou retenu de la notion d'évaluation des apprentissages, l'aspect qui consiste à porter un jugement sur la maîtrise des compétences et sur la performance des apprenants qui souhaitent obtenir une qualification. Cette perception limite la place que devrait occuper l'évaluation au sein d'un processus de formation et d'apprentissage. En formation professionnelle, la fonction « évaluation" présente certaines caractéristiques et se déploie en s'appuyant sur des valeurs et des orientations de base. Tous ces éléments constituent un cadre de référence à partir duquel l'évaluation des apprentissages est structurée et mise en œuvre.

b) Structure

Le Référentiel d'Evaluation se présente comme suit :

- une présentation des concepts et des principales définitions ;
- une description synthèse du Référentiel de Formation ;
- une présentation des outils d'évaluation.

c) Finalités

L'évaluation des apprentissages constitue l'un des fondements du système de formation professionnelle. La transparence doit apparaître dans sa mise en place et sa réalisation, car la valeur et la reconnaissance de la qualification en dépendent. Pour être réalisé dans les normes, l'on doit s'appuyer sur une politique nationale d'évaluation des apprentissages.

Le volet le plus connu de l'évaluation est l'évaluation sommative ou de sanction. Les résultats de cette évaluation doivent être exprimés sous forme de « succès » ou d'« échec ». En effet, toute pédagogie de la réussite sur laquelle repose l'APC nécessite une étroite association entre formation, apprentissage et évaluation. L'évaluation doit non seulement être intégrée aux différentes phases d'acquisition des compétences, mais elle doit également constituer l'un des piliers de la démarche d'apprentissage de l'apprenant. L'acquisition d'une compétence ne peut se faire sans que l'apprenant ait développé sa capacité de juger des résultats atteints et de la performance réalisée. Cet aspect de l'évaluation est appelé « évaluation formative », c'est-à-dire un soutien à l'apprentissage par la mesure et l'évaluation de sa progression. Dans la perspective d'une formation qualifiant l'apprenant pour l'exercice d'un métier, on vise un niveau d'acquisition des compétences énoncées dans le programme (REF) qui correspond à celui qui est attendu au seuil d'entrée sur le marché du travail.

d) Modalités d'évaluation des compétences

Il faut relever qu'évaluer une compétence implique des choix afin de ne pas surévaluer. Il faut, en effet, éviter d'évaluer un élément déjà pris en compte plusieurs fois et se concentrer sur les aspects importants de la compétence. Le modèle d'évaluation utilisé en APC impose une façon de faire dans l'élaboration des tableaux de spécifications au regard du nombre de points à distribuer et de la détermination du seuil de réussite. Les tableaux de spécifications regroupent, entre autres, les indicateurs et les critères d'évaluation relatifs aux éléments retenus de la compétence, dans le référentiel de formation, afin de reconnaître chaque compétence et de la sanctionner, en plus de déterminer un seuil de réussite.

e) Eléments prescriptifs

Les compétences issues du Référentiel de Métier-Compétences (RMC) et celles propres au projet de formation constituent l'essence même de cette formation. Leur apprentissage n'est pas facultatif ou optionnel. Les principaux éléments qui seront considérés comme obligatoires ou prescriptifs sont les suivants dans le cadre de la présente formation :

- La durée totale de formation, incluant le temps consacré à l'évaluation. Toutefois, la durée de la formation reliée à chaque compétence est facultative pour accorder une certaine souplesse aux Structures de formation ;
- Les Tableaux de spécifications et leurs différentes composantes :
  - éléments de la compétence et situations de mise en œuvre de la compétence ;
  - stratégies retenues ;
  - indicateurs et critères d'évaluation ;
  - points attribués aux critères d'évaluation ou critères cochés en relation avec le seuil de réussite ;
  - seuil de réussite ;
  - règle de verdict, le cas échéant

III.2. PRÉSENTATION DES CONCEPTS ET DES PRINCIPALES DÉFINITIONS

a) Concepts

La compétence en formation professionnelle se définit comme « le pouvoir d'agir, de réussir et de progresser, qui permet de réaliser adéquatement des tâches ou des activités de travail et qui se fonde sur un ensemble organisé de savoirs (ce qui implique certaines connaissances, habiletés dans divers domaines, perceptions, attitudes, etc.) ». Puisque la compétence se définit de façon multidimensionnelle, son évaluation se doit de l'être également ; toutes les dimensions importantes d'une compétence sont donc considérées au moment d'en évaluer l'acquisition. Ainsi, l'évaluation porte sur les connaissances, les habiletés, les perceptions et les attitudes sur lesquelles se fonde la compétence. Tous les critères de performance d'un programme doivent obligatoirement être atteints et évalués en cours de formation ou aux fins de la sanction.

Le mode d'évaluation privilégiée en formation professionnelle est celui de type « critériel ». Ce type d'évaluation permet d'établir si une personne a atteint le niveau requis, en matière de performance ou de participation, au regard d'une tâche ou d'une activité, et ce, en fonction de critères précis. Il s'agit donc de vérifier dans quelle mesure un apprenant a atteint une compétence déterminée dans le programme de formation, selon les critères de performance du programme et

selon les critères définis pour l'évaluation aux fins de la sanction, en évitant de le situer par rapport à ses pairs ou à un groupe.

b) Principales définitions

Activités d'apprentissage

Actions diverses proposées par le formateur dans le but de favoriser l'atteinte d'un objectif d'apprentissage.

Appréciation

Démarche de la pensée aboutissant à un jugement de valeur.

Banque d'épreuves

Réserve d'épreuves couvrant les modules d'un programme de formation. La banque peut être informatisée ou sur papier.

Critère

Élément auquel se réfère une personne pour juger, apprécier ou définir quelque chose.

Éléments critères

Caractéristique d'une performance ou d'un produit. On se réfère à cette caractéristique pour mesurer ou donner une appréciation.

Épreuve

Exercice donné sous forme écrite ou orale que subit un apprenant en classe ou lors d'un examen afin d'être jugé selon ses capacités.

Évaluation

Action de juger et d'apprécier la valeur d'une chose, d'une technique, d'une méthode ou d'une personne.

Évaluation critériée

Évaluation de la performance d'une personne lors de l'accomplissement d'une tâche et jugée par rapport à un seuil ou à un critère de réussite.

Évaluation formative

Démarche d'évaluation qui consiste à vérifier la progression d'un apprenant au regard des objectifs, atteints ou non, à informer l'apprenant et le formateur sur les difficultés rencontrées afin de lui suggérer ou de lui faire découvrir des moyens de renforcer, améliorer ou/et corriger les acquis.

Évaluation multidimensionnelle

Évaluation dont les différents aspects d'une compétence : savoirs, savoir être et savoir faire sont pris en compte.

Évaluation de sanction ou certificative

Évaluation effectuée à la fin d'un module ou d'une formation pour attester de l'acquisition ou non de la compétence ou des compétences.

Fidélité d'un instrument d'évaluation

Capacité d'un instrument de mesurer avec la même exactitude chaque fois qu'il est utilisé.

Jugement

Démarche intellectuelle par laquelle une personne se forme une opinion et l'émet.

Règle de verdict

Élément d'évaluation qui doit être obligatoirement réussi.

Reprise

Synonyme du passage d'une nouvelle épreuve dans le cadre du même module après constat d'échec ou d'abandon. Le droit à la reprise est acquis lorsque l'apprenant n'a pas atteint le seuil de réussite d'un module.

Seuil de réussite

Niveau de qualité à partir duquel on considère une performance comme réussie. Il peut s'agir d'une note ou d'une description qualitative se basant sur des critères.

Test d'une épreuve

Essai d'une épreuve auprès d'un groupe restreint d'apprenants afin de vérifier la faisabilité et la validité de l'épreuve.

Tolérance

Marge d'inexactitude ou d'erreur admise lors d'une épreuve de connaissances pratiques ou d'activités d'apprentissage pratique

Univoque

Se dit d'une interprétation unique

Validité d'un instrument d'évaluation

Capacité d'un instrument de mesurer réellement ce qu'il prétend évaluer.

Versions d'une épreuve

Différentes épreuves évaluant la même compétence soient par une mise en situation différente, ou par la production d'un produit différent ou par la prestation d'un service différent mais dont les éléments critères sont identiques et de difficulté de même niveau.

III.3. DESCRIPTION SYNTHÈSE DU RÉFÉRENTIEL DE FORMATION

Le scénario de formation se trouve au cœur du référentiel de formation. Il consiste à présenter les choix qui ont résulté de la définition des compétences issues du référentiel métier-compétences (elles même découlant de l'AST). Ces compétences sont traduites en actions observables et en résultats mesurables, éléments sur lesquels reposent l'acquisition par l'apprenant et leur évaluation.

En plus de mettre en évidence la liste des compétences requises pour exercer un métier, le référentiel de formation les décrit de manière exhaustive et pose des balises qui déterminent une démarche d'acquisition desdites compétences. En conséquence, selon les modalités de réalisation de la compétence, le référentiel de formation s'appuie sur deux techniques différentes pour décrire les compétences : la traduction en comportement et la traduction en situation.

Ainsi, le référentiel de formation pour le métier de Community Manager traduit les orientations particulières en matière de formation. Il prépare donc la personne à devenir un travailleur du secteur du numérique pouvant mener des activités d'évaluation de la sécurité d'un système d'information à travers différents angles d'attaques seul, en équipe ou sous supervision, pour le compte d'une entreprise ou à son compte personnel.

De plus, le référentiel de formation vise à rendre apte le Community Manager :

- à réaliser la simulation des attaques malveillantes pour identification puis exploitation des vulnérabilités au sein du Système Informatique ;
- évaluer la sécurité des systèmes afin d'identifier les vulnérabilités potentielles qui pourraient être exploitées par des attaquants malveillants ;
- réaliser les tests d'intrusion en simulant des attaques ciblées pour mettre à l'épreuve la résistance des systèmes de l'organisation ;
- analyser des résultats et fournir des recommandations détaillées pour améliorer la sécurité ;
- rédiger les rapports, Sensibiliser à la sécurité afin de réduire les risques d'attaques informatiques.

Dans l'exercice de son métier, le Community Manager doit Appliquer les principes de la sécurité des comptes, Exploiter l'architecture des systèmes informatiques des réseaux et des protocoles, Configurer les systèmes d'exploitation, Utiliser les langages de programmation etc….

Étant donné que le Community Manager travaille souvent seul, en équipe ou sous supervision, il doit démontrer de bonnes attitudes relationnelles en milieu de travail ou même dans la société.

a) Tableau synthèse du référentiel de formation

De ce point de vue, les compétences ci-après pour le métier Community Manager correspondant aux attitudes, habiletés et comportements attendus de la personne qui exerce ce métier ont été retenues.

N°	Énoncé de la compétence	Durée	CS	CG	Unités	Types d'objets	Types de compétences	Titre du Module
1	Se situer au regard du métier et de la formation	30	0	30	2	S	G	Métier et Formation
2	Communiquer en milieu professionnel	45	0	45	3	S	G	Communication en milieu professionnel
3	Prévenir les atteintes à la santé, à la sécurité, à l'intégrité physique et à l'environnement	45	0	45	3	S	G	Hygiène, Santé, sécurité et Environnement
4	Utiliser les notions de base en informatique	60	0	60	4	C	G	Notions de base en informatique
5	Appliquer les principes du marketing fondamental	60	0	60	4	C	G	Les principes du marketing fondamental
6	Exploiter les aspects légaux et éthiques du digital	45	0	45	3	C	G	Les aspects légaux et éthiques du digital
7	Utiliser les données sur le comportement des consommateurs	60	0	60	4	C	G	Les données sur le comportement des consommateurs
8	Développer les stratégies de contenu	150	150	0	10	C	P	Développement des stratégies de contenu
9	Elaborer le mix digital	60	60	0	4	C	P	Elaboration du mix digital
10	Organiser les évènements en ligne	120	120	0	8	C	P	Organisation des évènements en ligne
11	Gérer une plateforme digitale	90	90	0	6	C	P	Gestion d'une plateforme digitale
12	Gérer la E-réputation	90	90	0	6	C	P	Gestion de la E-réputation
13	Rechercher un emploi	45	0	45	0	S	G	Entreprenariat
14	S'intégrer en milieu professionnel	315	315	0	21	S	P	Intégration en milieu de travail
	Total	**1215**	**825**	**390**	**81**			
			68%	**32%**				

Une unité = 15 heures

L’analyse globale du référentiel de formation est présentée sous forme de tableaux établis avant la rédaction du référentiel d’évaluation. Il s’agit du tableau d’analyse des compétences générales et du processus de travail ainsi que du tableau d’analyse des critères généraux de performance. Ces tableaux, produits à partir de la matrice des objets de formation, permettent de mettre en évidence les liens entre les compétences particulières et le processus de travail ou entre les compétences particulières et les compétences générales, liens qui seront retenus dans la stratégie d’évaluation. Ils permettent également de faire ressortir les critères principaux qui pourront être utilisés dans l’élaboration des outils d’évaluation. Finalement, ils permettent d’éviter la surévaluation qui consisterait à évaluer à de multiples reprises la même compétence ou le même élément de compétence. Ce sont des outils essentiels à l’élaboration des tableaux de spécifications.

b) Tableau d'analyse des compétences générales et du processus de travail

Community Manager (Technicien) **Compétences particulières**				**Compétences générales**								**Processus de travail**					
	Numéro de la compétence	**Type d' objectif**	**Durée (heures)**	Se situer au regard du métier et de la formation	Communiquer en milieu professionnel	Prévenir les atteintes à la santé, à la sécurité, à l'intégrité physique et à l'environnement	Utiliser les notions de base en informatique	Appliquer les principes du marketing fondamental	Exploiter les aspects légaux et éthiques du digital	Utiliser les données sur le comportement des consommateurs	Rechercher un emploi	**Planifier le travail à réaliser**	**Exécuter le travail en adoptant les mesures de sécurité**	**Contrôler la qualité de travail**	**Rendre compte**	**Durée (heures)**	**Nombre de compétences**
Numéro de la compétence				**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**13**						**8**
Type d'objectif				**S**	**S**	**S**	**C**	**C**	**C**	**C**	**C**						
Durée (heures)				**30**	**45**	**45**	**60**	**60**	**45**	**60**	**45**					**390**	
Compétences particulières																	
Développer les stratégies de contenu	**8**	**C**	**150**	O	●	●	●	●	●	●	O	●	●	●	●		
Elaborer le mix digital	**9**	**C**	**60**	O	●	●	●	●	●	●	O	●	●	●	●		
Organiser les évènements en ligne	**10**	**C**	**120**	O	●	●	●	●	●	●	O	●	●	●	●		
Gérer une plateforme digitale	**11**	**C**	**90**	O	●	●	●	●	●	●	O	●	●	●	●		
Gérer la E-réputation	**12**	**C**	**90**	O	●	●	●	●	●	●	O	●	●	●	●		
S'intégrer en milieu professionnel	**14**	**S**	**315**	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗		
Durée de la formation (heures)			**825**													**1215**	
Nombre de compétences	**6**																**14**

● Réinvestissement au niveau de l'évaluation ⊗ Liens fonctionnels non retenus pour les fins d'évaluation O Aucune application dans le référentiel de formation

c) Table d'analyse des critères généraux de performance

Community Manager (Compétences traduites en comportement)	**Numéro de la compétence**	**COMPETENCES TRADUITES EN COMPORTEMENT**	**Durée (h)**	**CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE**								
				Respect rigoureux des normes	Communication efficace	Choix judicieux des canaux et outils	Contrôle rigoureux	Utilisation appropriée des canaux et outils	Identification précise des publics et des canaux	Production des supports de communication	Ajustement judicieux des actions	Veille technologique sur les mises à jour des outils
Utiliser les notions de base en informatique	4	C	60	△	□	△	○	○	○	○	○	△
Appliquer les principes du marketing fondamental	5	C	60	△	△	△	△	△	△	△	△	○
Exploiter les aspects légaux et éthiques du digital	6	C	45	△	△	△	△	△	△	△	△	△
Utiliser les données sur le comportement des consommateurs	7	C	60	△	△	△	△	△	△	△	△	△
Développer les stratégies de contenu	9	C	150	△	△	△	△	△	△	△	△	△
Elaborer le mix digital	8	C	60	△	△	△	△	△	△	△	△	△
Organiser les évènements en ligne	10	C	120	△	△	△	△	△	△	△	△	△
Gérer une plateforme digitale	11	C	90	△	△	△	△	△	△	△	△	△
Gérer la E-réputation	12	C	90	△	△	△	△	△	△	△	△	△

□ Aucune relation dans le programme de formation

△ Retenu au niveau de l'évaluation

○ Critères non retenus pour les fins d'évaluation de sanction.

III.4. PRESENTATION DES OUTILS

Les outils pour l'évaluation de chacune des compétences retenues pour le métier de **''Community Manager''** donnent une présentation qui répond bien aux exigences de l'évaluation.

Ces outils comprennent :

- Les tableaux de spécifications ;
- La description de l'épreuve ;
- La fiche d'évaluation ou de la participation.

a) Tableau de spécifications

Le tableau de spécifications pour l'évaluation d'une compétence traduite en comportement ou en situation présente les indicateurs et les critères d'évaluation relatifs aux éléments et aux situations du programme de formation retenus pour l'évaluation aux fins de la sanction. Pour chaque situation ou élément, on formule un ou des indicateurs de performance, qui présentent un aspect à évaluer ou qui précisent sous quel angle on compte évaluer un élément de compétence. Les indicateurs sont accompagnés de critères d'évaluation sur lesquels on se base pour juger si la performance évaluée est satisfaisante.

Pour un objectif pédagogique traduit en comportement, la pondération (ou le poids relatif) accordée à chaque critère est indiquée, ainsi que le seuil de réussite attendu. Les éléments d'évaluation reposent sur des comportements relatifs aux tâches ou aux productions particulières du métier. Pour l'évaluer, on dispose des stratégies d'évaluation suivantes :

- L'évaluation du produit de travail ;
- L'évaluation du processus de travail ;
- Une combinaison des stratégies précédentes.

Pour un objectif pédagogique traduit en situation, on retrouve les critères dont le formateur se sert pour juger (inférer) si la compétence est acquise au-delà de la participation de l'apprenant aux activités.

b) Description de l'épreuve

La description de l'épreuve, élaborée à partir du tableau de spécifications, vise à uniformiser le niveau de complexité des différentes épreuves assorties aux compétences du programme de formation et à soutenir l'élaboration des épreuves administrées dans les centres de formation. Elle est présentée à titre de suggestion et tourne autour de quatre éléments suivants :

- Les renseignements généraux ;
- Le déroulement de l'épreuve ;
- Le matériel ;
- Les consignes particulières.

c) Fiche d'évaluation

La fiche d'évaluation reprend les indicateurs et les critères d'évaluation adoptés pour l'évaluation aux fins de la sanction (tableaux de spécifications) et les précise davantage, le cas échéant, sous forme d'éléments d'observations. Ces fiches peuvent aussi faire mention des marges de tolérance acceptées. Elle fait état de la pondération associée aux critères d'évaluation. Elle présente aussi le seuil de réussite fixé dans le tableau de spécifications. La fiche d'évaluation guide les centres de formation et les formateurs dans la description des épreuves au moment de la

réalisation des activités d'évaluation et, comme les descriptions d'épreuve ou de participation, elle est fournie à titre de suggestion.

Lorsque la stratégie d'évaluation correspond à un processus de travail, les épreuves mixtes (connaissances pratiques et activités d'apprentissage pratique) sont recommandées.

Par contre, lorsque la stratégie d'évaluation correspond à un produit, une épreuve conduisant au développement des activités d'apprentissage pratique est recommandée.

III.5. EVALUATION DES COMPÉTENCES

a. Modalités d'évaluation formative

Il faut relever qu'évaluer une compétence implique des choix afin de ne pas surévaluer. Il faut, en effet, éviter d'évaluer un élément déjà pris en compte plusieurs fois et se concentrer sur les aspects importants de la compétence. Le modèle d'évaluation utilisé en APC impose une façon de faire dans l'élaboration des tableaux de spécifications au regard du nombre de points à distribuer et de la détermination du seuil de réussite. Les tableaux de spécifications regroupent, entre autres, les indicateurs et les critères d'évaluation relatifs aux éléments retenus de la compétence, dans le référentiel de formation, afin de reconnaître chaque compétence et de la sanctionner, en plus de déterminer un seuil de réussite.

b. Éléments d'évaluation

Type de compétence	Éléments
Compétence traduite en situation	• Tableau de spécifications • Description de l'engagement • Fiche d'évaluation
Compétence traduite en comportement	• Tableau de spécifications • Description de l'épreuve • Fiche d'évaluation

Dans le cas de la compétence traduite en comportement, les éléments de l'évaluation reposent sur des comportements relatifs aux tâches ou aux productions particulières du métier.

Dans le cas des compétences traduites en situation, l'évaluation est orientée sur l'engagement de l'apprenant dans la démarche qui lui est proposée durant la formation.

c. Évaluation sommative

Deux types d'épreuves constituent l'évaluation sommative au MINEFOP. Il s'agit :

- L'Épreuve Professionnelle de Synthèse : c'est une épreuve d'ordre procédurale qui consiste à évaluer les connaissances et savoirs être du candidat sur l'ensemble des compétences acquises durant sa formation. Sa note éliminatoire est de « inférieure à 8/20 ».
- L'Épreuve de mise en situation professionnelle : c'est une épreuve d'ordre pratique qui l'apprenant en situation de travail. Il permet d'évaluer les savoirs faire de l'apprenant relevant du cœur du métier. Sa note éliminatoire est de « inférieure à 14/20 ».

Les contenus type desdites épreuves sont définis ainsi qu'il suit :

Tableau 1 : Synthèse du programme de formation

METIER : Community Manager					VOLUME HORAIRE : 1 215				
N°	**Énoncé de la compétence**	**Intitulé Module**	**Durée totale**	**Modalités**	**Stratégie d'évaluation**	**Durée de l'épreuve**	**Traduction**	**Types**	**Seuil de réussite**
01	Se situer au regard du métier et de la formation	Métier et Formation	30	Orale	Ps Pt	2	S	G	
02	Communiquer en milieu professionnel	Communication en milieu professionnel	45	Écrite et orale	Ps Pt	3	S	G	
03	Prévenir les atteintes à la santé, à la sécurité, à l'intégrité physique et à l'environnement	Hygiène, Santé, sécurité et Environnement	45	Orale écrite, Pratique	Ps Pt	3	S	G	
04	Utiliser les notions de base en informatique	Notions de base en informatique	60	Pratique et écrite	Ps Pt	4	C	G	
05	Appliquer les principes du marketing fondamental	Les principes du marketing fondamental	60	Pratique et écrite	Ps Pt	4	C	G	
06	Exploiter les aspects légaux et éthique du digital	Les aspects légaux et éthique du digital	45	Pratique et écrite	Ps	3	C	G	70%
07	Utiliser les données sur le comportement des consommateurs	Les données sur le comportement des consommateurs	60	Pratique Écrite	Ps Pt	4	C	G	
08	Développer les stratégies de contenu	Développement des stratégies de contenu	150	Pratique Écrite	Ps Pt	10	C	P	
09	Elaborer le mix digital	Elaboration du mix digital	60	Pratique Écrite	Ps Pt	4	C	P	
10	Organiser les évènements en ligne	Organisation des évènements en ligne	120	Pratique Écrite	Ps Pt	8	C	P	
11	Gérer une plateforme digitale	Gestion d'une plateforme digitale	90	Pratique et écrite	Ps Pt	6	C	P	

12	Gérer la E-réputation	Gestion de la E-réputation	90	Pratique et écrite	Ps Pt	6	C	P	
13	Rechercher un emploi	Entreprenariat	45	Pratique et écrite	Ps Pt	3	C	P	
14	S'intégrer en milieu professionnel	Intégration en milieu de travail	315	Pratique et écrite	Ps Pt	21	C	P	
Total			**1 215**						

Le tableau de synthèse ci-dessus présente l'énoncé des 14 compétences du métier Community Manager**,** faisant objet d'évaluation certificative dans le Référentiel d'évaluation. Il décrit pour chaque compétence, les modalités d'évaluation privilégiées (épreuve de connaissances pratiques ou épreuve pratique) et les stratégies (processus, produit, propos) retenues par l'équipe d'élaboration du référentiel pour certifier chaque compétence. Il précise la durée totale de chaque épreuve de certification et le seuil de réussite. Concernant le matériel indispensable lors de l'administration des épreuves, le tableau ramène à la fiche descriptive de chaque épreuve.

Renseignements complémentaires

Certaines épreuves comportent deux parties : une partie relative aux connaissances pratiques et une partie pratique. Pour ces épreuves, la partie relative aux connaissances pratiques est individuelle alors que la partie pratique peut être traitée en équipe de maximum cinq (5) candidats, mais chaque candidat est évalué sur sa participation au travail d'équipe.

Pour les épreuves de 5 h et plus, elles sont élaborées de façon à être administrées en deux temps si possible sur deux jours.

Grille de rétroaction

La grille de rétroaction en annexe est destinée à assurer l'amélioration continue des épreuves. Elle comporte des questionnaires destinés aux évaluateurs. Elle est renseignée par ces derniers puis acheminée à la direction chargée des examens et concours qui fait la synthèse.

COMPÉTENCES TRADUITES EN SITUATIONS

Compétence 01 : ***Se situer au regard du métier et de la formation***			
TABLEAU DE SPECIFICATIONS			
METIER :	**Community Manager**	**Code : MEF01**	
N° et libellé de la compétence	**1. Se situer au regard du métier et de la formation**	**Durée d'apprentissage**	**30 heures**
Éléments de la compétence	**Indicateurs**	**Critères d'évaluation**	
S'informer sur le métier	1. Recueil de données sur la nature et sur les exigences du métier	1.1 Description judicieuse de la nature et exigences de l'emploi	■
	2.Inventaire judicieux les habiletés, aptitudes, attitudes nécessaires pour pratiquer le métier	2.1Inventaire judicieux les habiletés, aptitudes, attitudes nécessaires pour pratiquer le métier	□
	3. Identification des particularités du milieu professionnel	3.1 Identification correcte des particularités du milieu professionnel	□
S'informer sur le programme de formation et engagement de la démarche	4. Collecte d'informations sur le programme, la démarche de formation et d'évaluation	4.1 Présentation correcte des compétences à acquérir	■
		4.2 Description judicieuse des modes d'évaluation	□
	5. Appréciation de la formation	5.1 Appréciation juste du programme de formation	□
Évaluer et confirmer son engagement	6.Distinction des aptitudes des champs d'intérêt.	6.1 Précision juste de ses goûts, ses aptitudes, ses champs d'intérêt et ses qualités personnelles	■
	7.Description des raisons de son choix de poursuite de la formation.	7.1 Synthèse correcte des différents aspects du métier	□
	8.Description des principaux éléments d'un rapport confirmant un choix d'orientation professionnelle.	8.1. Justification correcte de son choix de poursuivre ou non le programme de formation	■
Seuil de réussite : 6 des 9 critères d'évaluation, dont les critères noircis, pour que l'on considère la compétence acquise			

DESCRIPTION DE L'ENGAGEMENT	
N° 01	**Énoncé de la Compétence : Se situer au regard du métier et de la formation**

Renseignements généraux

L'épreuve a pour but d'évaluer l'engagement de l'apprenant dans un processus évolutif visant l'acquisition de la compétence « Se situer au regard du métier ».
L'évaluation de la participation est faite tout au long du module par le formateur, à l'aide d'une grille. Elle porte sur la participation de l'apprenant aux différentes activités individuelles, en groupe et en sous-groupe ou individuellement.
L'épreuve comprend trois parties. Chacune des parties est accompagnée de consignes particulières.

Déroulement ou Contenu

- *S'informer sur le métier*

Cette partie recueille des données sur la majorité des sujets à traiter et exprime convenablement la perception du métier au moment d'une rencontre de groupe en faisant le lien avec l'information recueillie.
Dans leur recherche, les apprenants auront à préciser :

- deux types d'entreprises et leurs produits ou services offerts;
- des perspectives d'emploi et l'échelle de salaires dans ce milieu de travail;
- des tâches associées au métier;
- les principales conditions de travail ;
- les conditions d'entrée sur le marché de travail ;
- des habiletés et des comportements qui sont propres au métier.

- *S'informer sur le programme de formation et engagement de la démarche*

L'évaluation de cette partie porte sur la participation de l'apprenant aux discussions de groupe, sur les exigences auxquelles il faut satisfaire pour pratiquer le métier et la perception qu'ont les apprenants de la formation.
Au cours de la discussion, l'apprenant aura :

- à présenter au moins trois avantages et trois inconvénients à pratiquer le métier;
- à commenter quelques règles de l'éthique professionnelle;
- à échanger des points de vue sur l'approche par compétences et son influence sur les apprentissages et les modes d'évaluation;
- à commenter les modules indiqués au tableau synthèse du programme.

- *Évaluer et confirmer son engagement*

L'évaluation de cette partie porte sur la qualité du rapport rédigé expliquant principalement le choix de l'orientation professionnelle de l'apprenant.
Dans le rapport, l'apprenant aura :

- à démontrer, par quelques exemples, comment son choix d'orientation par rapport à la profession d'opérateur en transformation/conservation des produits végétaux est en conformité ou non avec ses goûts, ses aptitudes et ses champs d'intérêt;

à donner des exemples quant aux possibilités d'exercer le métier et de progresser dans ce métier.

FICHE D'EVALUATION	Code : MEF01	
Compétence 1 : Se situer au regard du métier et de la formation		
Module 1 : Métier et formation		
Nom de l'apprenant : Centre de formation : Date de l'évaluation : Signature du formateur :	Résultat SUCCES ☐	 ECHEC ☐
ELEMENTS D'OBSERVATION	Jugement OUI	 NON
1. Recueil de données sur la nature et sur les exigences du métier 1.1 Description judicieuse de la nature et exigences de l'emploi	☐	☐
2.Inventaire judicieux les habiletés, aptitudes, attitudes nécessaires pour pratiquer le métier 2.1Inventaire judicieux les habiletés, aptitudes, attitudes nécessaires pour pratiquer le métier	☐	☐
3. Identification des particularités du milieu professionnel 3.1 Identification correcte des particularités du milieu professionnel	☐	☐
4. Collecte d'informations sur le programme, la démarche de formation et d'évaluation 4.1 Présentation correcte des compétences à acquérir 4.2 Description judicieuse des modes d'évaluation	☐	☐
5. Appréciation de la formation 5.1 Appréciation juste du programme de formation	☐	☐
6. Présentation d'un bilan personnel 6.1 Précision juste de ses goûts, ses aptitudes, ses champs d'intérêt et ses qualités personnelles	☐	☐
7.Description des raisons de son choix de poursuite de la formation. 7.1 Synthèse correcte des différents aspects du métier	☐	☐

8.Description des principaux éléments d'un rapport confirmant un choix d'orientation professionnelle. 8.1. Justification correcte de son choix de poursuivre ou non le programme de formation	☐	☐
Seuil de réussite : 6 oui sur une possibilité de 9 (dont la satisfaction aux exigences des critères d'évaluation 3.1 et 5.1.		
Remarque :		

Compétence 02 : ***Communiquer en milieu professionnelle***			
TABLEAU DE SPECIFICATIONS			
METIER	**Community Manager**	**Code**	**COM02**
N° et libellé de la compétence	**2. Communiquer en milieu professionnelle**	**Durée d'apprentissage**	**45 heures**
Eléments de la compétence	**Indicateurs**	**Critères d'évaluation**	
Utiliser les termes et expressions indispensables pour la communication en milieu de travail	1.Traduction des idées essentielles d'un message	14.1. Traduction correcte du sens général et des idées essentielles d'un message	■
	15. Interprétation idées principales d'un texte.	2.1 Interprétation exacte du sens général et des idées principales d'un texte.	■
Traiter les informations	3.Sens et idées essentielles d'un texte	3.1Reformulation correcte du texte	□
	4. Principales manifestations thématique	4.1Classement judicieuse des principales manifestations thématiques	□
Produire les messages indispensables à la vie professionnelle et sociale	5. Production du message	5.1Élaboration conforme d'un plan de rédaction.	■
		5.2Production judicieuse d'un message.	■
Communiquer oralement	6.Message oral	6.1 Appropriation parfaite des principes de communication ;	■
		6.2 Expressions avec éloquence des sujets.	□
Rendre compte de son activité	7. Compte rendu d'une activité	7.1 Application correcte des techniques de rédaction	■
		7.2 Rédaction correcte compte rendu	■
Seuil de réussite : 7 des 10 critères d'évaluation, dont les critères noircis, pour que l'on considère la compétence acquise			

DESCRIPTION DE L'ENGAGEMENT
Compétence 02 : Communiquer en milieu professionnel
Renseignements généraux : L'épreuve a pour but d'évaluer l'engagement de l'apprenant dans un processus visant l'acquisition de la compétence « Communiquer en milieu professionnel ». L'évaluation des connaissances de l'apprenant est faite tout au long de la formation par le formateur. L'évaluation devrait porter sur la façon d'exploiter des informations, de produire des messages et de rendre compte des activités en milieu de professionnel. ***Déroulement de l'épreuve :*** ▪ *Utiliser les termes et expressions f indispensables pour la communication en milieu de travail* L'évaluation de l'apprenant s'effectuera à l'occasion d'une production écrite et ou orale. L'apprenant donner le sens des mots ou des textes. ▪ *Traiter les informations* L'évaluation de l'apprenant s'effectuerait à l'occasion d'une production écrite. L'apprenant devrait relever les propos essentiels d'un texte lu, repérer et classer les thèmes d'un texte lu. ▪ *Produire les messages indispensables à la vie professionnelle et sociale* L'évaluation de l'apprenant s'effectuerait à l'occasion d'une production écrite. L'apprenant devrait utiliser un vocabulaire technique approprié au métier, restituer par l'écrit une information issue de la vie courante, formuler un message pour partager un avis ou un sentiment par rapport à une situation professionnelle. ▪ *Communiquer oralement*

L'évaluation de l'apprenant s'effectuerait à l'occasion d'une rencontre de groupe qui porte sur l'allocution formulée d'exemples ou d'arguments, pour justifier ou contredire une affirmation ; la formulation de message oral, pour partager un avis ou un sentiment par rapport à une situation professionnelle. Une telle rencontre devrait être dirigée de manière à ce que tous les apprenants aient l'occasion de s'exprimer, démontrant chacun ainsi son éloquence dans la prise de parole.

- *Rendre compte de son activité*

L'apprenant devrait présenter un compte rendu sur le déroulement de son activité, les difficultés rencontrées et proposer des solutions pour remédier aux difficultés rencontrées.

FICHE D'EVALUATION		
Compétence 02 : Communiquer en milieu professionnel		
Module 02 : Communication en milieu professionnel		
Nom de l'apprenant : Centre de formation : Date de l'évaluation : Signature du formateur :	**Résultat**	
	SUCCES	**ECHEC**
	☐	☐
ELEMENTS D'OBSERVATION	**Jugement**	
	OUI	**NON**
1.Traduction des idées essentielles d'un message 1.1Traduction correcte du sens général et des idées essentielles d'un message	☐	☐
2. Interprétation idées principales d'un texte. 2.1 Interprétation exacte du sens général et des idées principales d'un texte.	☐	☐
3.Sens et idées essentielles d'un texte 3.1Reformulation correcte du texte	☐	☐
4. Principales manifestations thématique 4.1Classement judicieuse des principales manifestations thématiques	☐	☐

5. Production du message	☐	☐
5.1Élaboration conforme d'un plan de rédaction. 5.2 Production judicieuse d'un message.	☐	☐
6.Message oral	☐	☐
6.1 Appropriation parfaite des principes de communication ; 6.2 Expressions avec éloquence des sujets.	☐	☐
7. Compte rendu d'une activité	☐	☐
7.1 Application correcte des techniques de rédaction 7.2 Rédaction correcte compte rendu	☐	☐
TOTAL :	**/10**	
Seuil de réussite : 7 des 10 critères d'évaluation dont la satisfaction aux exigences des critères 3.1, 5.1 et 6.1		
Remarque :		

Compétence 03 : ***Prévenir les atteintes liées à la santé, à la sécurité au travail et à l'environnement***			
TABLEAU DE SPÉCIFICATIONS			
Métier : Community Manager		**Code :**	**HSSE03**
N° et énoncé de la compétence	**3. Prévenir les atteintes liées à la santé, à la sécurité au travail et à l'environnement**	**Durée d'apprentissage**	**45h**
Éléments de la compétence	**Indicateurs**	**Critères d'évaluation**	
S'informer des lois et des règlements sur la santé et la sécurité au travail	1. Identification du corpus et du dispositif juridique	1.1. Interprétation juste de la législation du travail.	☒
		1.2. Relevé approprié des normes et des procédures de santé et de sécurité au travail.	☐
		1.3. Repérage adéquat de l'information dans les documents et les pictogrammes.	☐
Identifier les risques relatifs à la santé et à la sécurité dans l'environnement professionnel	2. Identification des risques liés à la santé en milieu de travail	2.1. Repérage correct des situations à risques et des sources de dangers.	☐
		2.2. Appréciation juste des risques associés à la situation.	☐
	3. Identification des risques liés à la sécurité et à l'environnement	3.1. Anticipation juste des dangers actuels ou potentiels.	☐
		3.2. Reconnaissance juste des comportements et des attitudes comportant des risques.	☒
	4. Distinction des équipements de protection individuelle et collective	4.1. Utilisation conforme des équipements de protection individuelle et collective	☒

Compétence 03 : ***Prévenir les atteintes liées à la santé, à la sécurité au travail et à l'environnement***			
TABLEAU DE SPÉCIFICATIONS			
Métier : Community Manager		**Code :**	**HSSE03**
N° et énoncé de la compétence	**3. Prévenir les atteintes liées à la santé, à la sécurité au travail et à l'environnement**	**Durée d'apprentissage**	**45h**
Éléments de la compétence	**Indicateurs**	**Critères d'évaluation**	
Appliquer des mesures préventives liées à l'hygiène, la santé et la sécurité au travail		4.2. Reconnaissance juste des mesures préventives.	☒
	5. Utilisation des principes ergonomiques et normes de sécurité	5.1. Reconnaissance appropriée des conséquences du non-respect des principes ergonomiques et normes de sécurité sur le plan individuel et celui de l'entreprise.	☐
		5.2. Association appropriée des principes ergonomiques et normes d'hygiène, de santé et de sécurité aux zones de travail	☐
	6. Prévention des risques de violences basées sur le genre dans le numérique	6.1. Prévention efficace des risques de violences basées sur le genre dans le numérique	☐
	7. Gestion du stress et du harcèlement en milieu de travail	7.1. Gestion judicieuse du stress et du harcèlement en milieu de travail	☐
Intervenir en situation d'urgence	8. Évaluation du niveau de gravité de la situation	8.1. Appréciation juste de la gravité de la situation	☐
		8.2. Manifestation d'attitudes et de comportements sécurisants et réconfortants.	☐
	9. Organisation de l'intervention d'urgence	9.1. Exécution efficace des interventions de premier niveau en cas d'accident.	☒
		9.2. Respect de la procédure d'appel aux ressources compétentes.	☐

Compétence 03 : ***Prévenir les atteintes liées à la santé, à la sécurité au travail et à l'environnement***			
TABLEAU DE SPÉCIFICATIONS			
Métier : Community Manager		**Code :**	**HSSE03**
N° et énoncé de la compétence	**3. Prévenir les atteintes liées à la santé, à la sécurité au travail et à l'environnement**	**Durée d'apprentissage**	**45h**
Éléments de la compétence	**Indicateurs**	**Critères d'évaluation**	
Prévenir les infections transmissibles sexuellement (IST), le virus d'immunodéficience humaine (VIH/SIDA) et d'autres maladies transmissibles	10. Information sur les maladies infectieuses	10.1. Collecte d'information pertinente sur les modes de transmission, l'évolution et les moyens de prise en charge.	☐
		10.2. Reconnaissance des conséquences possibles de comportements inappropriés.	☐
Développer un comportement écologiquement responsable	11. Information sur les normes environnementales	11.1. Synthèse des informations recueillies	☒
	12. Information sur les risques et dégâts des produits utilisés	12.1. Cueillette d'informations pertinentes	☐
Seuil de réussite: Quatorze des vingt et un critères d'évaluation, dont les critères cochés, pour que l'on considère la compétence acquise			

DESCRIPTION DE L'ENGAGEMENT		Code : HSSE03
N° et énoncé de la compétence	**3. Prévenir les atteintes liées à la santé, à la sécurité au travail et à l'environnement**	

Renseignements généraux

L'épreuve a pour but d'évaluer l'engagement de l'apprenant dans un processus évolutif visant l'acquisition de la compétence « Prévenir les atteintes à la santé, à la sécurité, à l'intégrité physique et à l'environnement ».

L'évaluation des connaissances de l'apprenant est faite tout au long de la formation par le formateur. L'évaluation des habiletés pratiques et des comportements adéquats sera aussi réalisée pendant la durée complète du programme, mais par l'entremise des compétences particulières.

Le jugement devrait porter sur la recherche d'informations ainsi que leur intégration dans le cheminement professionnel de l'apprenant et sa façon de comprendre ses rôles et obligations.

Déroulement

- *S'informer des lois et des règlements sur la santé et la sécurité au travail*

L'évaluation de l'apprenant s'effectuerait à l'occasion d'une rencontre de groupe qui précise les éléments du cadre juridique dans lequel s'exerce le métier. Durant cette rencontre, l'apprenant devrait déterminer au moins deux droits et deux devoirs qui sont ceux d'un employé œuvrant pour une entreprise du secteur. Une telle rencontre devrait être dirigée de manière à ce que toutes les personnes aient l'occasion de s'exprimer.

- *Appliquer des mesures préventives reliées à l'hygiène, la santé et la sécurité au travail*

L'apprenant devrait remettre un rapport/compte rendu écrit dans lequel il explique les risques associés au métier qu'il a choisi et les comportements sécuritaires qu'il doit manifester. Dans ce rapport, il devrait démontrer sa prise de conscience au regard des risques et réalités de son environnement de travail.

- *Prévenir les infections transmissibles sexuellement (ITS), le virus d'immunodéficience humaine (VIH/SIDA) et d'autres maladies transmissibles*

L'évaluation de l'apprenant s'effectuerait à l'occasion d'une rencontre de groupe qui porte sur la prévention des MST et du VIH. Durant cette rencontre, l'apprenant serait appelé à réfléchir sur les comportements préventifs et sur les risques sur la santé. Une telle rencontre devrait être dirigée de manière à ce que toutes les personnes aient l'occasion de s'exprimer, démontrant ainsi leur prise de conscience.

- *Intervenir en situation d'urgence*

L'évaluation de l'apprenant s'effectuerait à l'occasion d'une rencontre de groupe qui porte sur la mise en relation du métier avec les obligations de celui qui le pratique sur le plan de la prévention des atteintes à la santé et à la sécurité. Durant cette rencontre, l'apprenant devrait établir au moins deux liens entre son métier et les organismes en charge dans le domaine. Une telle rencontre devrait être dirigée de manière à ce que toutes les personnes aient l'occasion de s'exprimer.

- *Développer un comportement écologiquement responsable*

L’évaluation de l’apprenant s’effectuerait à l’occasion d’une collecte d'informations et de la production d'une synthèse écrite. L’apprenant devrait identifier au moins deux normes environnementales spécifiques à son métier et les principaux produits qui peuvent avoir un impact sur l'environnement. Dans ce rapport, il devrait démontrer sa prise de conscience au regard des impacts de son métier sur l'environnement et des responsabilités qui lui incombent dans la protection de celui-ci.

FICHE D'ÉVALUATION		Code : HSSE03
N° et énoncé de la compétence	**3. Prévenir les atteintes liées à la santé, à la sécurité au travail et à l'environnement**	**Durée : 3h**

Nom de l'apprenant:
Structure de formation
Date de l'évaluation:
Signature du formateur:

Résultat	
SUCCÈS	**ÉCHEC**
☐	☐

ÉLÉMENTS D'OBSERVATION

	Jugement	
	OUI	**NON**
1. Identification du corpus et du dispositif juridique		
1.1. Interprétation juste de la législation du travail.	☐	☐
1.2. Relevé approprié des normes et des procédures de santé et de sécurité au travail.	☐	☐
1.3. Repérage adéquat de l'information dans les documents et les pictogrammes.	☐	☐
2. Identification des risques liés à la sante en milieu de travail		
2.1. Repérage correct des situations à risques et des sources de dangers.	☐	☐
2.2. Appréciation juste des risques associés à la situation.	☐	☐
3. Identification des risques liés à la sécurité et à l'environnement		
3.1. Anticipation juste des dangers actuels ou potentiels.	☐	☐
3.2. Reconnaissance juste des comportements et des attitudes comportant des risques.	☐	☐
4. Distinction des équipements de protection individuelle et collective		
4.1. Utilisation conforme des équipements de protection individuelle et collective	☐	☐
4.2. Reconnaissance juste des mesures préventives.	☐	☐
5. Utilisation des principes ergonomiques et des normes de sécurité	☐	
5.1. Reconnaissance appropriée des conséquences du non-respect des principes ergonomiques et normes de sécurité sur le plan individuel et celui de l'entreprise.	☐	☐

FICHE D'ÉVALUATION		Code : HSSE03	
N° et énoncé de la compétence	**3. Prévenir les atteintes liées à la santé, à la sécurité au travail et à l'environnement**	**Durée : 3h**	
5.2. Association appropriée des principes ergonomiques et normes d'hygiène, de santé et de sécurité aux zones de travail.			
6. Prévention des risques de violences basées sur le genre dans le numérique 6.1. Prévention efficace des risques de violences basées sur le genre dans le numérique		☐	☐
7. Gestion du stress et du harcèlement en milieu de travail 7.1. Gestion judicieuse du stress et du harcèlement en milieu de travail		☐	☐
8. Evaluation du niveau de gravite de la situation 8.1. Appréciation juste de la gravité de la situation 8.2. Manifestation d'attitudes et de comportements sécurisants et réconfortants.		☐ ☐	☐ ☐
9. Organisation de l'intervention d'urgence 9.1. Exécution efficace des interventions de premier niveau en cas d'accident. 9.2. Respect de la procédure d'appel aux ressources compétentes.		☐ ☐	☐ ☐
10. Information sur les maladies infectieuses 10.1. Collecte d'information pertinente sur les modes de transmission, l'évolution et les moyens de prise en charge. 10.2. Reconnaissance des conséquences possibles de comportements inappropriés.		☐ ☐	☐ ☐
11. Information sur les normes environnementales 11.1. Synthèse des informations recueillies		☐	☐
12. Information sur les risques et dégâts des produits utilises 12.1. Cueillette d'informations pertinentes		☐	☐
TOTAL:		**/19**	
Seuil de réussite: Quatorze des dix-neuf critères d'évaluation, dont la satisfaction aux exigences des critères 1.1, 3.1, 3.2, 4.1, 4.2, 7.1			
Remarque			

Compétence 13 : ***Rechercher un emploi***				
FICHES DE SPÉCIFICATION				
METIER :	**Community Manager**		**Code : ENT13**	
N° et libellé de la compétence	**Rechercher un emploi**		**Durée d'apprentissage**	**45h**
Éléments de la compétence	**Stratégie**	Indicateurs	**Critères d'évaluation**	**Points**
Identifier les conditions de réussite d'un projet de création d'entreprise ou d'auto emploi	Processus	1. Interprétation du marché	1.1Interprétation succincte de l'environnement économique	
			1.2Interprétation succincte du marché	
	Produit	2. Positionnement dans une gamme de produits ou de services	2.1Positionnement stratégique dans une gamme de produits ou de services	
Planifier sa démarche de recherche d'emploi	Processus	3. Identification des étapes d'une recherche d'emploi	3.1 Identification correcte des étapes d'une recherche d'emploi	
	Produit	4.Établissement d'une liste d'employeurs potentiels	4.1 Établissement judicieux d'une liste d'employeurs potentiels	
	Processus	5. Identification des étapes de recherche d'emploi	5.1Détermination appropriée des actions à entreprendre	
			5.2 Détermination juste des étapes d'une relance	
S'approprier les techniques de recherche d'emploi	Produit	6. Rédaction d'une demande d'emploi	6.1Réponse pertinente à une interview, à une offre d'emploi	
			6.2 Rédaction correcte d'un CV	
			6.3Rédaction judicieuse de la demande d'emploi, de la lettre de motivation	
	Produit	7. Élaboration d'un plan de rédaction.	7.1 Élaboration conforme d'un plan de rédaction.	

S'approprier les techniques de base de montage d'un projet de création d'entreprise	Produit	8. Montage d'un projet	8.1 Énumération correcte des phases de montage d'un projet	■
	Processus	9. Choix d'un projet de création d'entreprise	9.1Justification pertinente du choix d'un projet de création d'entreprise	■
	Processus	10. Identification des besoins financiers de l'entreprise	10.1Identification correcte des besoins financiers de l'entreprise	□
	Produit	11.Élaboration d'un business plan	11.1Élaboration correcte d'un business plan.	■
S'approprier les techniques de recherche d'emploi	Produit	12.Rédaction d'une demande d'emploi	12.1Réponse pertinente à une interview, à une offre d'emploi	□
			12.2Élaboration conforme d'un plan de rédaction.	□
			12.3Rédaction judicieuse de la demande d'emploi, de la lettre de motivation	□
		13. Rédaction d'un CV	12.4Rédaction correcte d'un CV	■
TOTAL :				/16
Seuil de réussite : 17 des 20 critères d'évaluation, dont les critères noircis, pour que l'on considère la compétence acquise				
Règle de verdict : néant.				

DESCRIPTION DE L'ENGAGEMENT		
N°13	**Énoncé de la Compétence : Rechercher un emploi**	**Durée : 45 h**

Renseignements généraux

L'épreuve a pour but d'évaluer l'engagement de l'apprenant dans une démarche de recherche d'emploi. Cette épreuve pourrait être administrée individuellement aussi bien à l'oral qu'à l'écrit.

L'évaluation portera sur les trois aspects suivants :

- Faire un bilan de ses acquis
- Planifier sa démarche de recherche d'emploi
- S'approprier les techniques de recherche d'emploi
- S'approprier les techniques de base de montage d'un projet de création d'entreprise.

L'épreuve se déroulera en trois heures dans une salle de classe ordinaire.

Liens avec les autres compétences

Cette compétence à un lien fonctionnel avec la compétence relative au stage en entreprise. Elle permet la mobilisation de l'ensemble des compétences du Référentiel de Formation.

Déroulement de l'épreuve :

Cette épreuve pratique et de connaissance pratique se déroulera en trois phases :

1. Identifier les conditions de réussite d'un projet de création d'entreprise ou d'auto emploi
2. Planifier sa démarche de recherche d'emploi
3. S'approprier les techniques de recherche d'emploi
4. S'approprier les techniques de base de montage d'un projet de création d'entreprise
5. S'approprier les techniques de recherche d'emploi

Matériel :

- Feuilles de composition
- Papiers brouillons

Consigne particulière : La simulation d'entretien pourrait durer 15 minutes ;

Fiche d'évaluation	Code : ENT3	
Compétence 14 : Rechercher un emploi		
Module 14 : Entrepreneuriat		
	Résultat	
Signature du formateur :	**Succès**	**Échec**
	Jugement	
ÉLÉMENTS D'OBSERVATION	**Oui**	**Non**
1. Interprétation du marché 1.1Interprétation succincte de l'environnement économique	☐	☐
1.2 Interprétation succincte du marché	☐	☐
2. Positionnement dans une gamme de produits ou de services 2.1Positionnement stratégique dans une gamme de produits ou de services	☐	☐
3. Identification des étapes d'une recherche d'emploi	☐	☐
3.1 Identification correcte des étapes d'une recherche d'emploi	☐	☐
4.Établissement d'une liste d'employeurs potentiels 4.1 Établissement judicieux d'une liste d'employeurs potentiels	☐	☐
5. Identification des étapes de recherche d'emploi 5.1Détermination appropriée des actions à entreprendre	☐	☐
5.2 Détermination juste des étapes d'une relance	☐	☐
6. Rédaction d'une demande d'emploi	☐	☐
6.1Réponse pertinente à une interview, à une offre d'emploi	☐	☐
6.2 Rédaction correcte d'un CV 6.3Rédaction judicieuse de la demande d'emploi, de la lettre de motivation	☐	☐
7. Élaboration d'un plan de rédaction 7.1 Élaboration conforme d'un plan de rédaction	☐	☐
8. Montage d'un projet 8.1 Énumération correcte des phases de montage d'un projet	☐	☐
9. Choix d'un projet de création d'entreprise	☐	☐

9.1 Justification pertinente du choix d'un projet de création d'entreprise		
10. Identification des besoins financiers de l'entreprise 10.1Identification correcte des besoins financiers de l'entreprise	☐	☐
11.Élaboration d'un business plan 11.1Élaboration correcte d'un business plan.	☐	☐
12.Rédaction d'une demande d'emploi 12.1Réponse pertinente à une interview, à une offre d'emploi 12.2Élaboration conforme d'un plan de rédaction. 12.3Rédaction judicieuse de la demande d'emploi, de la lettre de motivation		
14.Intégration d'un CV 14.1Rédaction correcte d'un CV		
TOTAL :		

Compétence 14 : S'intégrer en milieu professionnel				
TABLEAU DE SPECIFICATIONS				
Métier	Community Manager		**Code :**	**STAG14**
N° et énoncé de la Compétence	**14. S'intégrer au milieu professionnel**	**Durée d'apprentissage**		**315h**
Eléments de la compétence	**Indicateurs**	**Critères d'évaluation**		
Préparer son séjour en milieu de travail	1. Recueille des données pertinentes pour le stage	1.1. Recueille correct des données pertinentes pour le stage		☐
	2. Choix des stages	2.1. Choix judicieux des entreprises pour le stage		☐
Respecter les principes de discipline et de déontologie	3. Distinction des règles de conduite	3.1. Distinction judicieuse des règles de conduite		■
	4. Application des règles de conduite de l'entreprise	4.1. Application des règles de conduite de l'entreprise		
Exécuter les activités en milieu de travail	5. Utilisation des équipements	5.1. Utilisation judicieuse des équipements		■
	6. Exécution ou participation aux tâches	6.1. Exécution correcte des tâches		
Comparer ses perceptions aux réalités du métier	7. Participation à des échanges sur le stage	7.1. Participation active aux discussions		☐
	8. Relation entre la formation et les exigences du milieu de travail	8.1. Identification judicieuse des exigences du marché du travail		☐
Rédiger le rapport de stage	9. Respecte du canevas de rédaction du rapport de stage	9.1. Respecte correct du canevas de rédaction du rapport de stage		☐
	10. Rédaction du rapport de stage	10.1. Rédige le rapport de stage		☐
Seuil de réussite : 3 des 5 critères d'évaluation, dont les critères noircis, pour que l'on considère la compétence acquise				

DESCRIPTION DE L'ENGAGEMENT	Code : STAG14
N° et énoncé de la Compétence	**14. S'intégrer en milieu professionnel**

Renseignements généraux

L'épreuve a pour but d'évaluer l'engagement de l'apprenant dans la démarche qui vise à assurer l'acquisition de la compétence « S'intégrer au milieu professionnel ».

L'évaluation de l'apprenant est faite tout au long de la durée de stage par le maître de stage et par un jury après le retour de stage.

Déroulement de l'épreuve

- Préparer son séjour en milieu de travail

L'évaluation de l'apprenant s'effectuerait à l'occasion d'une rencontre de groupe qui porte sur la recherche et la prospection des entreprises du domaine de Communauty Manager.

Durant cette rencontre, l'apprenant devrait établir au moins deux liens entre son métier et les entreprises de de Communauty Manager.

Une telle rencontre devrait être dirigée de manière à ce que tous les apprenants aient l'occasion de s'exprimer.

L'évaluation de l'apprenant s'effectuerait également à l'occasion d'une production écrite où l'apprenant présentera les démarches à entreprendre pour obtenir une place de stage.

- Respecter les principes de discipline et de déontologie

L'évaluation de l'apprenant s'effectuerait à l'occasion d'une rencontre de groupe qui présente le règlement et le code de conduite de l'entreprise. Durant cette rencontre, l'apprenant devrait déterminer au moins deux principes et deux obligations à suivre dans l'entreprise.

Une telle rencontre devrait être dirigée de manière à ce que tous les apprenants aient l'occasion de s'exprimer.

- Exécuter les activités en milieu de travail

Pendant toute la durée du stage, l'apprenant devrait être évalué à hauteur de 50% par le maitre de stage pour ses connaissances, attitudes, habiletés manifestées au cours de son travail.

- Comparer ses perceptions aux réalités du métier

L'évaluation s'effectuerait à l'occasion d'une rencontre de groupe qui porte sur l'auto évaluation de l'apprenant. L'apprenant devrait présenter sa perception du métier et les conséquences du stage sur le développement personnel vis-à-vis du métier.

Une telle rencontre devrait être dirigée de manière à ce que tous les apprenants aient l'occasion de s'exprimer

- Rédiger le rapport de stage

L'évaluation s'effectuerait à l'occasion d'une présentation d'un rapport de stage, à hauteur de 50% devant un jury mis en place par la structure de formation. Un groupe restreint d'apprenants pourrait présenter le même rapport si ceux-ci ont suivi le stage dans une même entreprise, et par conséquence évaluer après présentation de ce rapport.

Les réponses aux questions du jury portent pour 50% de la partie de l'évaluation réservée audit jury.

FICHE D'EVALUATION	Code : STAG14
N° et énoncé de la Compétence	**14. S'intégrer en milieu professionnel**

Nom de l'apprenant :
Structure de formation :
Date de l'évaluation :

Signature du formateur :

Résultat	
SUCCES	**ECHEC**
☐	☐

ELEMENTS D'OBSERVATION	**Jugement**	
	OUI	**NON**
1. Recueil des données pertinentes pour le stage 1.1. Recueil correct des données pertinentes pour le stage	☐	☐
2. Choix des stages 2.1. Choix judicieux des entreprises pour le stage	☐	☐
3. Distinction des règles de conduite 3.1. Distinction judicieuse des règles de conduite	☐	☐
4. Application des règles de conduite de l'entreprise 4.1. Application des règles de conduite de l'entreprise	☐	☐
5. Utilisation des équipements 5.1. Utilisation judicieuse des équipements	☐	☐
6. Exécution ou participation aux tâches 6.1. Exécution correcte des tâches	☐	☐
7. Participation à des échanges sur le stage 7.1. Participation active aux discussions	☐	☐
8. Relation entre la formation et les exigences du milieu de travail	☐	☐

8.1. Identification judicieuse des exigences du marché du travail		
9. 9.Respect du canevas de rédaction du rapport de stage 9.1. Respect correct du canevas de rédaction du rapport de stage	☐	☐
10. Rédaction du rapport de stage 10.1. Rédaction correcte du rapport de stage	☐	☐
TOTAL :	**/7**	
Seuil de réussite : 4 des 7 critères d'évaluation dont la satisfaction aux exigences des critères 3.1 et 6.1		

COMPÉTENCES TRADUITES EN COMPORTEMENT

*Compétence 04 : **Utiliser les notions de base en informatique***				
TABLEAU DE SPÉCIFICATIONS				
N° et libellé de la compétence	**4. Utiliser les notions de base en informatique Code : INF04**		**Durée d'apprentissage/Evaluation**	**42h/3 h**
Éléments de la compétence	**Stratégie**	**Indicateurs**	**Critères d'évaluation**	**Points**
Préparer son poste de travail.	Processus	1. Identification des composants d'un ordinateur	1.1 Identification exacte des composants d'un ordinateur	05
		2. Branchement de l'unité centrale et des périphériques	2.1.Branchement conforme de l'unité centrale et des périphériques	05
	Produit	3.Assemblage des composants	3.1. Assemblage correct des composants	05
Utiliser les fonctions de base d'un système d'exploitation	Processus	4. Utilisation un logiciel d'exploitation.	4.1 Utilisation appropriée des principales fonctions d'un système d'exploitation	10
		5. Gestion des dossiers et classer des fichiers	5.1 Gestion efficace des dossiers et des fichiers	05
		6.Application des mesures de protection des données	6.1 Application rigoureuse des mesures de protection des données	10
Saisir des données.	Processus	7. Utiliser un logiciel de traitement de texte et un tableur.	7.1 Utilisation appropriée des fonctions de base d'un logiciel de traitement de texte et d'un tableur	10
	Produit	8.Sauvegarder et imprimer des documents.	8.1 Application correcte des fonctions de sauvegarde et d'impression	10
Monter une présentation.	Processus	9.Manipulation des fichiers de présentation.	9.1.Manipulation adéquate des fichiers de présentation.	10
	Produit	10.Utilisation des fonctions de base d'un logiciel de présentation	10.1.Utilisation appropriée des fonctions de base d'un logiciel de présentation	05
Naviguer sur Internet.	Processus	11.Utilisation de moteur de recherche	11.1.Utilisation correcte de moteur de recherche	10

		12.Localisation de l'information	12.1.Localisation rapide de l'information	05
	Produit	13.Téléchargement des fichiers	13.1.Téléchargement judicieux des fichiers	10

DESCRIPTION DE L'EPREUVE	
N° 4	**Énoncé de la compétence** : **Utiliser les notions de base en informatique** **MODULE : Notions de base en informatique** **Code : INF04**

Renseignements généraux

L'épreuve a pour but d'évaluer la compétence relative à « Exploiter des outils informatiques ».

Il s'agit d'une épreuve d'évaluation qui prend en considération une portion d'évaluation des connaissances théoriques et une portion de type pratique.

L'évaluation de type pratique pourrait être administrée individuellement ou en groupe en fonction de l'élément de compétence et du matériel disponible.

L'évaluation des connaissances théoriques pourrait être réalisée avec l'ensemble des apprenants. L'environnement de réalisation de l'épreuve de type pratique pourrait s'inspirer d'une situation en milieu de travail.

La durée cumulée de l'ensemble des épreuves pourrait être d'environ 04 heures, et inclure la portion pratique combinée à celle de l'évaluation des connaissances théoriques pour les différents éléments de compétence.

Contenu de l'épreuve

A partir d'un dispositif mis en place ou des photos, l'on pourrait demander aux apprenants de reconnaître les différents composants d'un poste de travail informatique, d'en donner le rôle, et éventuellement de faire le raccordement de tout ou partie de ces équipements de manière à les faire fonctionner correctement.

On pourrait également demander à l'apprenant, dans le cadre d'une évaluation pratique, d'effectuer des saisies en utilisant les différents logiciels, et même d'effectuer des recherches. Le produit de ce travail pouvant être imprimé et sauvegardé sur divers types de supports.

Plusieurs apprenants pourraient être associés pour cette évaluation.

La mise en situation (étude de cas) pourrait être utilisée à titre d'évaluation des connaissances théoriques pour l'ensemble des éléments de la compétence.

Matériel (Pour un groupe de 25 apprenants)

- *25 postes de travail équipés de logiciel Office et des moteurs de recherche*
- *02 vidéoprojecteurs*
- *02 imprimantes*
- *02 scanners*

- *Des clés USB*
- *Des CD vierges*
- *Etc.*

Consigne particulière

- L’épreuve pourrait être administrée après le temps d’apprentissage de la compétence 3, L'observation pourrait être faite en simulation.
- En cas d'échec, l'épreuve devrait être reprise dans son ensemble. Si un seul élément est très faible comparativement aux autres pour lesquels les performances de l'apprenant seraient excellentes, seul cet élément pourrait être repris.

FICHE D'ÉVALUATION		
N° 4	**Énoncé de la compétence : Utiliser les notions de base en informatique** **CODE : INF04**	**Durée : 3 h**

Nom de l'apprenant:
Structure de formation
Date de l'évaluation:
Signature du formateur:

Résultat	
SUCCÈS	**ÉCHEC**
☐	☐

ÉLÉMENTS D'OBSERVATION	OUI	NON	RÉSULTATS
1. Identification des composants d'un ordinateur 1.1 Identification exacte des composants d'un ordinateur			0 ou 5
2. Branchement de l'unité centrale et des périphériques 2.1.Branchement conforme de l'unité centrale et des périphériques			0 ou 5
3.Assemblage des composants 3.1. Assemblage correct des composants			0 ou 10
4. Utilisation un logiciel d'exploitation. 4.1 Utilisation appropriée des principales fonctions d'un système d'exploitation			0 ou 5
5. Gestion des dossiers et classer des fichiers 5.1 Gestion efficace des dossiers et des fichiers			0 ou 5
6.Application des mesures de protection des données 6.1 Application rigoureuse des mesures de protection des données			0 ou 10
7. Utiliser un logiciel de traitement de texte et un tableur. 7.1 Utilisation appropriée des fonctions de base d'un logiciel de traitement de texte et d'un tableur			0 ou 10
8.Sauvegarder et imprimer des documents. 8.1 Application correcte des fonctions de sauvegarde et d'impression			0 ou 10

FICHE D'ÉVALUATION			
N° 4	**Énoncé de la compétence : Utiliser les notions de base en informatique** **CODE : INF04**		**Durée : 3 h**
9.Manipulation des fichiers de présentation. 9.1.Manipulation adéquate des fichiers de présentation.			0 ou 5
10.Utilisation des fonctions de base d'un logiciel de présentation 10.1.Utilisation appropriée des fonctions de base d'un logiciel de présentation			0 ou 10
11.Utilisation de moteur de recherche 11.1.Utilisation correcte de moteur de recherche			0 ou 5
12.Localisation de l'information 12.1.Localisation rapide de l'information			0 ou 5
13.Téléchargement des fichiers 13.1.Téléchargement judicieux des fichiers			0 ou 5
		TOTAL:	**/100**
Seuil de réussite: 60%.			
Règle de verdict: Le formateur devra s'assurer qu'en dehors de la maîtrise des opérations, l'apprenant adopte des attitudes respectant les règles de sécurité et de préservation de l'environnement pour lesquelles il aura été évalué à la compétence 3.	**Oui** ☐	**Non** ☐	
Remarque :			

*Compétence 05: **Appliquer les principes du marketing fondamental***				
TABLEAU DE SPÉCIFICATIONS				
N° et libellé de la compétence	**5. Appliquer les principes du marketing fondamental**		**Durée d'apprentissage/Evaluation**	**60h/4h**
Éléments de la compétence	**Stratégie**	**Indicateurs**	**Critères d'évaluation**	**Points**
Comprendre les besoins et désirs du consommateur	Processus	1.Détermination des attentes spécifiques des clients	1.1 Détermination correcte des attentes spécifiques des clients	05
		2. Utilisation des outils pratiques et accessibles	2.1 Utilisation judicieuse des outils pratiques et accessibles	05
		3. Identification des motivations des consommateurs	3.1 Identification correcte des motivations des consommateurs	05
Appliquer les fondamentaux du marketing numérique	Processus	4. Compréhension du comportement des utilisateurs	4.1 Compréhension correcte du comportement des utilisateurs	10
		5. Maitrise des principes de base du marketing numérique	5.1 Maitrise appropriée des principes de base du marketing numérique	05
Développer une stratégie marketing	Processus	6. Evaluation de la pertinence des actions	6.1 Evaluation efficace de la pertinence des actions,	05
		7. Mesure des indicateurs de performance	7.1 Mesure correcte des indicateurs de performance,	15
		8. Amélioration de la visibilité	8.1 Amélioration correcte de la visibilité	10
Identifier les personas et cibler les audiences.	Processus	9. Création de profils de personas et de segments de marché	9.1 Création correcte de profils de personas et de segments de marché	10
	Processus	10. Segmentation des audiences en groupes distincts	10.1 Segmentation correcte des audiences en groupes distincts	05

Exploiter le positionnement et le marketing. mix	Processus	11. Gestion de la communication et le positionnement	11.1 Gestion efficace de la communication et le positionnement	10
		12. Création d'une connexion émotionnelle avec les clients	12.1 Création correcte d'une connexion émotionnelle avec les clients	10
	Produit	13. Adoption du marketing mix aux besoins. du marché cible	13.1 Adoption efficace du marketing mix aux besoins. du marché cible	05

DESCRIPTION DE L'EPREUVE	
N° 5	**Énoncé de la compétence** : Appliquer les principes du marketing fondamental **MODULE : Les principes du marketing digital** **Code :**

Renseignements généraux

L'épreuve a pour but d'évaluer la compétence relative à « Appliquer les principes du marketing fondamental ».

Il s'agit d'une épreuve d'évaluation qui prend en considération une portion d'évaluation des connaissances théoriques et une portion de type pratique.

L'évaluation de type pratique pourrait être administrée individuellement ou en groupe en fonction de l'élément de compétence et du matériel disponible.

L'évaluation des connaissances théoriques pourrait être réalisée avec l'ensemble des apprenants. L'environnement de réalisation de l'épreuve de type pratique pourrait s'inspirer d'une situation en milieu de travail.

La durée cumulée de l'ensemble des épreuves pourrait être d'environ 04 heures, et inclure la portion pratique combinée à celle de l'évaluation des connaissances théoriques pour les différents éléments de compétence.

Contenu de l'épreuve

A partir d'un dispositif mis en place ou des photos, l'on pourrait demander aux apprenants de reconnaître les différents composants d'un poste de travail informatique, d'en donner le rôle, et éventuellement de faire le raccordement de tout ou partie de ces équipements de manière à les faire fonctionner correctement.

On pourrait également demander à l'apprenant, dans le cadre d'une évaluation pratique, d'effectuer des saisies en utilisant les différents logiciels, et même d'effectuer des recherches. Le produit de ce travail pouvant être imprimé et sauvegardé sur divers types de supports.

Plusieurs apprenants pourraient être associés pour cette évaluation.

La mise en situation (étude de cas) pourrait être utilisée à titre d'évaluation des connaissances théoriques pour l'ensemble des éléments de la compétence.

Matériel (Pour un groupe de 25 apprenants)

- *25 postes de travail équipés de logiciel Office et des moteurs de recherche*
- *02 vidéoprojecteurs*
- *02 imprimantes*

- *02 scanners*
- *Des clés USB*
- *Des CD vierges*
- *Etc.*

Consignes particulières

- L’épreuve pourrait être administrée après le temps d’apprentissage de la compétence 3, L'observation pourrait être faite en simulation.
- En cas d'échec, l'épreuve devrait être reprise dans son ensemble. Si un seul élément est très faible comparativement aux autres pour lesquels les performances de l'apprenant seraient excellentes, seul cet élément pourrait être repris.

FICHE D'ÉVALUATION		
N° 5	**Énoncé de la compétence :** Appliquer les principes du marketing fondamental **CODE :**	**Durée : 4 h**

Nom de l'apprenant :
Structure de formation
Date de l'évaluation :
Signature du formateur:

Résultat	
SUCCÈS	**ÉCHEC**
☐	☐

ÉLÉMENTS D'OBSERVATION	**OUI**	**NON**	**RÉSULTATS**
Identification des motivations des consommateurs			
1.Détermination des attentes spécifiques des clients 1.1 Détermination correcte des attentes spécifiques des clients			0 ou 5
2.Utilisation des outils pratiques et accessibles 2.1 Utilisation judicieuse des outils pratiques et accessibles			0 ou 5
3. Identification des motivations des consommateurs 3.1 Identification correcte des motivations des consommateurs			0 ou 5
4.Compréhension du comportement des utilisateurs 4.1Compréhension correct du comportement des utilisateurs			0 ou 10
5. Maitrise des principes de base du marketing numérique 5.1 Maitrise appropriée des principes de base du marketing numérique			0 ou 5
6. Evaluation de la pertinence des actions 6.1 Evaluation efficace de la pertinence des actions			0 ou 5
7.Mesure des indicateurs de performance 7.1Mesure correcte des indicateurs de performance			0 ou 15

FICHE D'ÉVALUATION			
N° 5	**Énoncé de la compétence :** Appliquer les principes du marketing fondamental **CODE :**		**Durée : 4 h**
8.Amélioration de la visibilité 8.1Amélioration correcte de la visibilité			0 ou 10
9.Création de profils de personas et de segments de marché 9.1Création correcte de profils de personas et de segments de marché			0 ou 10
10.Segmentation des audiences en groupes distincts 10.1Segmentation correcte des audiences en groupes distincts			0 ou 5
11.Gestion de la communication et le positionnement 11.1Gestion efficase de la communication et le positionnement			0 ou 10
12.Création d'une connexion émotionnelle avec les clients 12.1Création correcte d'une connexion émotionnelle avec les clients			0 ou 10
13.Adoption du marketing mix aux besoins. du marché cible 13.1Adoption correcte du marketing mix aux besoins. du marché cible			0 ou 05
		TOTAL:	**/100**
Seuil de réussite: 60%.			
Règle de verdict: Le formateur devra s'assurer qu'en dehors de la maîtrise des opérations, l'apprenant adopte des attitudes respectant les règles de sécurité et de préservation de l'environnement pour lesquelles il aura été évalué à la compétence 3.	**Oui** ☐	**Non** ☐	
Remarque :			

Compétence 06: ***Exploiter les aspects légaux et éthiques du digital***				
TABLEAU DE SPÉCIFICATIONS				
N° et libellé de la compétence	**6. Exploiter les aspects légaux et éthiques du digital**		**Durée d'apprentissage/Evaluation**	**45h/3h**
Éléments de la compétence	**Stratégie**	**Indicateurs**	**Critères d'évaluation**	**Points**
Appliquer le règlementation en vigueur	Processus	1. Connaissance des lois et réglementation	1.1 Connaissance parfaite des lois et réglementation	15
		2.Exploitation de la conformité aux normes et aux lois en vigueur	2.1Exploitation correcte de la conformité aux normes et aux lois en vigueur	10
		3.Adoption des acquisitions aux besoins spécifiques	3.1Adoption correcte des acquisitions aux besoins spécifiques	10
Appliquer les meilleures pratiques en matière de sécurité des données	Processus	4.Identification des mesures de sécurité	4.1Identification parfaite des mesures de sécurité	15
		5.Application des mesures de sécurité	5.1Application parfaite des mesures de sécurité	10
Exploiter les données sur la propriété intellectuelle	Processus	6.Identification des divers cadres réglementaires	6.1Identification correcte des divers cadres réglementaires	10
		7.Identification des différents droits de propriété	7.1Identification correcte des différents droits de propriété	15
		8.Protection des droits d'auteur	8.1Protection correcte des droits d'auteur	15

DESCRIPTION DE L'EPREUVE	
N° 6	**Énoncé de la compétence** : Exploiter les aspects légaux et éthiques du digital **MODULE :** Les aspects légaux et éthique du digital **Code :**

Renseignements généraux

L'épreuve a pour but d'évaluer la compétence relative à « Exploiter les aspects légaux et éthiques du digital ».

Il s'agit d'une épreuve d'évaluation qui prend en considération une portion d'évaluation des connaissances théoriques et une portion de type pratique.

L'évaluation de type pratique pourrait être administrée individuellement ou en groupe en fonction de l'élément de compétence et du matériel disponible.

L'évaluation des connaissances théoriques pourrait être réalisée avec l'ensemble des apprenants. L'environnement de réalisation de l'épreuve de type pratique pourrait s'inspirer d'une situation en milieu de travail.

La durée cumulée de l'ensemble des épreuves pourrait être d'environ 04 heures, et inclure la portion pratique combinée à celle de l'évaluation des connaissances théoriques pour les différents éléments de compétence.

Contenu de l'épreuve

A partir d'un dispositif mis en place ou des photos, l'on pourrait demander aux apprenants de reconnaître les différents composants d'un poste de travail informatique, d'en donner le rôle, et éventuellement de faire le raccordement de tout ou partie de ces équipements de manière à les faire fonctionner correctement.

On pourrait également demander à l'apprenant, dans le cadre d'une évaluation pratique, d'effectuer des saisies en utilisant les différents logiciels, et même d'effectuer des recherches. Le produit de ce travail pouvant être imprimé et sauvegardé sur divers types de supports.

Plusieurs apprenants pourraient être associés pour cette évaluation.

La mise en situation (étude de cas) pourrait être utilisée à titre d'évaluation des connaissances théoriques pour l'ensemble des éléments de la compétence.

Matériel (Pour un groupe de 25 apprenants)

- *25 postes de travail équipés de logiciel Office et des moteurs de recherche*
- *02 vidéoprojecteurs*
- *02 imprimantes*
- *02 scanners*

- *Des clés USB*
- *Des CD vierges*
- *Etc.*

Consignes particulières

- L’épreuve pourrait être administrée après le temps d’apprentissage de la compétence 3, L'observation pourrait être faite en simulation.
- En cas d'échec, l'épreuve devrait être reprise dans son ensemble. Si un seul élément est très faible comparativement aux autres pour lesquels les performances de l'apprenant seraient excellentes, seul cet élément pourrait être repris.

FICHE D'ÉVALUATION		
N° 6	**Énoncé de la compétence :** Exploiter les aspects légaux et éthiques du digital **CODE :**	**Durée : 3 h**

Nom de l'apprenant :
Structure de formation :
Date de l'évaluation :
Signature du formateur :

Résultat	
SUCCÈS	**ÉCHEC**
☐	☐

ÉLÉMENTS D'OBSERVATION	OUI	NON	RÉSULTATS
1.Connaissance des lois et réglementation 1.1Connaissance parfaite des lois et réglementation			0 ou 10
2.Exploitation de la conformité aux normes et aux lois en vigueur 2.1Exploitation correcte de la conformité aux normes et aux lois en vigueur			0 ou10
3.Adoption des acquisitions aux besoins spécifiques 3.1Adoption correcte des acquisitions aux besoins spécifiques			0 ou 15
4. Identification des mesures de sécurité 4.1Identification parfaite des mesures de sécurité			0 ou 15
5.Application des mesures de sécurité 5.1Application parfaite des mesures de sécurité			0 ou 10
6.Identification des divers cadres réglementaires 6.1Identification correcte des divers cadres réglementaires			0 ou 10
7.Identification des différents droits de propriété 7.1Identification correcte des différents droits de propriété			0 ou 15
8.Protection des droits d'auteur 8.1Protection correcte des droits d'auteur			0 ou15

FICHE D'ÉVALUATION			
N° 6	**Énoncé de la compétence :** Exploiter les aspects légaux et éthiques du digital **CODE :**		**Durée : 3 h**
		TOTAL:	**/100**
Seuil de réussite: 60%.			
Règle de verdict: Le formateur devra s'assurer qu'en dehors de la maîtrise des opérations, l'apprenant adopte des attitudes respectant les règles de sécurité et de préservation de l'environnement pour lesquelles il aura été évalué à la compétence 3.	**Oui** ☐	**Non** ☐	
Remarque :			

compétence 07: ***Utiliser les données sur le comportement des consommateurs***				
TABLEAU DE SPÉCIFICATIONS				
N° et énoncé de la compétence	**7. Utiliser les données sur le comportement des consommateurs**		**Durée d'apprentissage**	**60h**
Éléments de la compétence	**Stratégie**	**Indicateurs**	**Critères d'évaluation**	**Points**
Interpréter le comportement du consommateur pour comprendre ses préférences et ses décisions d'achat.	Processus	1.Collecte des données	1.1. Collecte efficace des données comportementales	05
		2.Identification des facteurs d'influence et de décision des consommateurs	2.1. Identification précise des tendances, des modèles et des insights significatifs sur les préférences et les décisions d'achat des consommateurs	05
			2.2. Identification précise des facteurs d'influence du comportement des consommateurs	10
		3.Utilisation d'outils d'analyse des données comportementales	3.1. Utilisation appropriée d'outils d'analyse des données comportementales	05
Segmenter le marché en entités homogènes	Processus	4.Identification des segments du marché	4.1. Identification précise des critères de segmentation	05
			4.2. Différenciation correcte du marché	10
		5.Identification des groupes de consommateurs de caractéristiques identiques	5.1. Identification précise des groupes de consommateurs de caractéristiques identiques	10

Appliquer des principes de persuasion afin d'influencer favorablement les attitudes et les comportements des consommateurs	Processus	6.Interprétation des principes d'influence des attitudes et des comportements des consommateurs	6.1. Interprétation correcte des principes d'influence des attitudes et des comportements des consommateurs	10
		7.Utilisation des techniques de persuasion	7.1. Utilisation efficace des techniques de persuasion	10
		8.Consignation des résultats de la persuasion des consommateurs sur les attitudes et les comportements des consommateurs	8.1. Consignation claire des résultats de la persuasion des consommateurs sur les attitudes et les comportements des consommateurs	05
Adapter la communication au public cible	Processus	9.Détermination des caractéristiques comportementales du public cible	9.1. Détermination correcte des caractéristiques comportementales du public cible	15
		10. Sélection des canaux de communication appropriés du contenu de message et du ton	10.1. Sélection judicieuse des canaux de communication appropriés du contenu de message et du ton	10

DESCRIPTION DE L'ÉPREUVE		Code : COCO05
N° et énoncé de la compétence	**7. Utiliser les données sur le comportement des consommateurs**	
Renseignements généraux		
L'épreuve a pour but d'évaluer l'engagement de l'apprenant dans une démarche qui vise à assurer l'acquisition de la compétence relative à « **Utiliser les données sur le comportement des consommateurs** ». L'évaluation portera sur les éléments de compétence suivants : • Analyser le comportement du consommateur pour comprendre ses préférences et ses décisions d'achat. • Segmenter le marché en segments homogènes • Appliquer des principes de persuasion afin d'influencer favorablement les attitudes et les comportements des consommateurs • Adapter la communication L'épreuve pourrait être d'une durée d'environ 3 heures, ce qui inclut la portion pratique (mise en situation professionnelle) (2 heures) combinée à celle de l'évaluation des connaissances théoriques (QCM et étude de cas) (1 heure). L'évaluation de type pratique pourrait être administrée à un groupe restreint d'apprenants (vague de 5 apprenants) en raison de la disponibilité du matériel et de la capacité du formateur à observer plusieurs personnes à la fois. L'évaluation des connaissances théoriques pourrait être réalisée avec l'ensemble des participants. L'environnement de réalisation de l'épreuve de type pratique devrait s'inspirer le plus possible d'une situation en milieu de travail.		
Déroulement de l'épreuve		
Il s'agit d'une épreuve d'évaluation qui prend en considération l'évaluation des connaissances théoriques et pratiques et elle pourrait être administrée individuellement à l'écrit. Cette épreuve vise à évaluer la capacité des apprenants à collecter, interpréter les données sur le comportement des consommateurs afin de prendre des décisions marketing stratégiques. Par l'entremise d'une épreuve de connaissances théoriques, on pourrait à travers les Questions à Choix Multiples (QCM), à travers des questions ouvertes ou de développement évaluer les connaissances de base sur les concepts et les théories liés au comportement des consommateurs, tels que les modèles d'adoption des technologies, les processus de prise de décision, les facteurs influençant le comportement d'achat, etc.		
Contenu de l'épreuve		
L'épreuve comprendra une combinaison de tâches théoriques et pratiques pour évaluer les connaissances, les compétences techniques et les capacités d'interprétation des apprenants.		

DESCRIPTION DE L'ÉPREUVE		Code : COCO05
N° et énoncé de la compétence	**7. Utiliser les données sur le comportement des consommateurs**	
A travers les études de cas théoriques impliquant des situations réelles de comportement des consommateurs. Les apprenants devront identifier les principaux facteurs influençant le comportement des consommateurs dans chaque cas et proposer des recommandations stratégiques basées sur leur analyse. Dans le cadre d'une évaluation pratique (mise en situation professionnelle et étude des cas) : • Les apprenants seront fournis avec un ensemble de données réelles sur le comportement des consommateurs, tels que les historiques d'achat, les données de navigation web, les interactions sur les réseaux sociaux, etc. • Ils devront utiliser des outils d'analyse de données appropriés pour explorer, nettoyer et analyser les données afin d'identifier des tendances, des modèles et des insights significatifs sur le comportement des consommateurs, adapter la communication. • Sur la base de leur analyse des données, les apprenants devront rédiger un rapport d'analyse détaillé présentant leurs résultats, leurs conclusions et leurs recommandations. • Le rapport devra inclure des visualisations de données pertinentes, telles que des graphiques, des tableaux et des diagrammes, pour illustrer les insights identifiés. L'évaluation des connaissances théoriques pourrait être réalisée avec l'ensemble des apprenants et l'évaluation des connaissances pratiques pourrait être administrée par groupes en fonction du nombre de postes informatiques disponibles pour les outils logiciels de collecte de données par ordinateur. situation en milieu de travail.		
Liens avec les autres compétences Cette compétence est en relation avec les compétences 6 et toutes les compétences particulières du Référentiel de Formation.		
Matériel *(Pour un groupe de 25 apprenants)* Pour la composition de l'épreuve, le matériel requis par apprenant est composé : - 25 Ordinateurs avec accès à Internet - 05 imprimantes - Données comportementales - Outils d'analyse de données - Guides méthodologiques sur l'interprétation des données comportementales - Accès aux ressources en ligne		

DESCRIPTION DE L'ÉPREUVE		Code : COCO05
N° et énoncé de la compétence	**7. Utiliser les données sur le comportement des consommateurs**	
Consignes particulières • L'épreuve pourrait être administrée après le temps d'apprentissage de la compétence 6. • En cas d'échec, l'épreuve pourrait être reprise dans son ensemble. Si un seul élément est très faible comparativement aux autres pour lesquels les performances de l'apprenant seraient excellentes, seul cet élément pourrait être repris.		

FICHE D'ÉVALUATION			Code : COCO05
N° et énoncé de la compétence :	**7. Utiliser les données sur le comportement des consommateurs**		**Durée : 4h**
Nom de l'apprenant :		**Résultat**	
Établissement d'enseignement :		**SUCCÈS**	**ÉCHEC**
Date de l'évaluation :			
Signature du formateur :			

ÉLÉMENTS D'OBSERVATION	OUI	NON	RÉSULTATS
1. Collecte des données 1.1 Collecte efficace des données comportementales			0 ou 05
2. Identification des facteurs d'influence et de décision des consommateurs 2.1 Identification précise des tendances, des modèles et des insights significatifs sur les préférences et les décisions d'achat des consommateurs 2.2 Identification précise des facteurs d'influence du comportement des consommateurs			0 ou 05 0 ou 10
3. Utilisation d'outils d'analyse des 3.1 Utilisation appropriée d'outils d'analyse des données comportementales			0 ou 05
4. Identification des segments de marché 4.1 Identification précise des critères de segmentation 4.2 Différenciation correcte du marché			0 ou 05 0 ou 10
5. Identification des groupes de consommateurs de caractéristiques identiques 5.1 Identification précise des groupes de consommateurs de caractéristiques identiques			0 ou 10

6. Interprétation des principes d'influence des attitudes et des comportements des consommateurs 6.1 Interprétation correcte des principes d'influence des attitudes et des comportements des consommateurs			0 ou 10
7. Choix des techniques de persuasion 7.1 Choix judicieux des techniques de persuasion			0 ou 10
8. Consignation claire des résultats de la persuasion des consommateurs sur les attitudes et les comportements des consommateurs 8.1 Consignation claire des résultats de la persuasion des consommateurs sur les attitudes et les comportements des consommateurs			0 ou 05
9. Détermination des caractéristiques comportementales du public cible 9.1 Détermination correcte des caractéristiques comportementales du public cible			0 ou 15
10. Sélection des canaux de communication appropriés du contenu de message et du ton 10.1 Sélection judicieuse des canaux de communication appropriés du contenu de message et du ton			0 ou 10
TOTAL :			**/100**
Seuil de réussite : 70%			
Règle de verdict : Néant			
Remarque :			

compétence 08: ***Développer les stratégies de contenu***

TABLEAU DE SPÉCIFICATIONS

N° et libellé de la compétence	**8. Développer les stratégies de contenu**		**Durée d'apprentissage/Evaluation**	**140h/10h**
Éléments de la compétence	**Stratégie**	**Indicateurs**	**Critères d'évaluation**	**Points**
Élaborer une stratégie de contenu	Processus	1.Identification des besoins et les attentes de persona en matière de contenu	1.1Identification correcte des besoins et les attentes de persona en matière de contenu	05
		2.Détermination des types de contenu appropriés	2.1Détermination correcte des types de contenu appropriés	05
Rédiger le contenu persuasif	Processus	3.Utilisation d'un langage simple et accessible	3.1Utilisation correcte d'un langage simple et accessible	05
		4.Adaptation du contenu à l'audience cible	4.1Adaptation exacte du contenu à l'audience cible	05
		5.Utiliser d'un langage évocateur qui suscite des émotions spécifiques	5.1Utiliser correcte d'un langage évocateur qui suscite des émotions spécifiques	05
Concevoir des visuels attrayants	Processus	6.Choix des outils et les logiciels adaptés à la création de visuels numériques	6.1Choix judicieux des outils et les logiciels adaptés à la création de visuels numériques	05
		7.Application des principes de base du design graphique	7.1Application correcte des principes de base du design graphique	05
		8.Utilisation des visuels	8.1Utilisation appropriée des visuels	05
Développer une stratégie de médias sociaux	Processus	9.Choix des plateformes de médias sociaux	9.1Choix judicieux des plateformes de médias sociaux	05

		10.Définition d'un plan de contenu	10.1Définition correcte d'un plan de contenu	05
		11.Identification des types de contenu à publier	11.1Identification précise des types de contenu à publier	05
		12.Détermination de la fréquence de publication sur les médias sociaux	12.1Détermination correcte de la fréquence de publication sur les médias sociaux	05
Produire du contenu vidéo captivante	Processus	13.Utilisation des techniques de production vidéo	13.1Utilisation appropriée des techniques de production vidéo	05
		14.Rédaction de scénario et de storyboard	14.1Rédaction correcte de scénario et de storyboard	05
		15. Calibrage du style et du ton de la vidéo à la cible visée	15.1Calibrage correct du style et du ton de la vidéo à la cible visée	05
Publier du contenu	Processus	16. Utilisation des plateformes et outils	16.1Utilisation appropriée des plateformes et outils	05
		17. Utilisation de contenu pertinent original et engageant pour le public cible	17.1Utilisation appropriée de contenu pertinent original et engageant pour le public cible	05
		18.Utilisation des outils de mesure de l'engagement	18.1Utilisation appropriée des outils de mesure de l'engagement	05
		19. Respect du calendrier de publication	19.1Respect strict du calendrier de publication	05
		20. Ajustement des publications en fonction des retours des utilisateurs	20.1 Ajustement correcte des publications en fonction des retours des utilisateurs	05

DESCRIPTION DE L'EPREUVE	
N° 8	**Énoncé de la compétence** : Développer les stratégies de contenu **MODULE :** Développement des stratégies de contenu **Code :**

Renseignements généraux

L'épreuve a pour but d'évaluer la compétence relative à « Développer les stratégies de contenu ».

Il s'agit d'une épreuve d'évaluation qui prend en considération une portion d'évaluation des connaissances théoriques et une portion de type pratique.

L'évaluation de type pratique pourrait être administrée individuellement ou en groupe en fonction de l'élément de compétence et du matériel disponible.

L'évaluation des connaissances théoriques pourrait être réalisée avec l'ensemble des apprenants. L'environnement de réalisation de l'épreuve de type pratique pourrait s'inspirer d'une situation en milieu de travail.

La durée cumulée de l'ensemble des épreuves pourrait être d'environ 04 heures, et inclure la portion pratique combinée à celle de l'évaluation des connaissances théoriques pour les différents éléments de compétence.

Contenu de l'épreuve

A partir d'un dispositif mis en place ou des photos, l'on pourrait demander aux apprenants de reconnaître les différents composants d'un poste de travail informatique, d'en donner le rôle, et éventuellement de faire le raccordement de tout ou partie de ces équipements de manière à les faire fonctionner correctement.

On pourrait également demander à l'apprenant, dans le cadre d'une évaluation pratique, d'effectuer des saisies en utilisant les différents logiciels, et même d'effectuer des recherches. Le produit de ce travail pouvant être imprimé et sauvegardé sur divers types de supports.

Plusieurs apprenants pourraient être associés pour cette évaluation.

La mise en situation (étude de cas) pourrait être utilisée à titre d'évaluation des connaissances théoriques pour l'ensemble des éléments de la compétence.

Matériel (Pour un groupe de 25 apprenants)

- *25 postes de travail équipés de logiciel Office et des moteurs de recherche*
- *02 vidéoprojecteurs*

- *02 imprimantes*
- *02 scanners*
- *Des clés USB*
- *Des CD vierges*
- *Etc.*

Consignes particulières

- L’épreuve pourrait être administrée après le temps d’apprentissage de la compétence 3, l'observation pourrait être faite en simulation.
- En cas d'échec, l'épreuve devrait être reprise dans son ensemble. Si un seul élément est très faible comparativement aux autres pour lesquels les performances de l'apprenant seraient excellentes, seul cet élément pourrait être repris.

FICHE D'ÉVALUATION		
N° 8	**Énoncé de la compétence :** Développer les stratégies de contenu **CODE :**	**Durée : 10 h**

Nom de l'apprenant :
Structure de formation :
Date de l'évaluation :
Signature du formateur :

Résultat	
SUCCÈS	**ÉCHEC**
☐	☐

ÉLÉMENTS D'OBSERVATION	OUI	NON	RÉSULTATS
1.Identification des besoins et les attentes de persona en matière de contenu 1.1 Identification correcte des besoins et les attentes de persona en matière de contenu			0 ou 05
2.Détermination des types de contenu appropriés 2.1Détermination correcte des types de contenu appropriés			0 ou 05
3.Utilisation d'un langage simple et accessible 3.1Utilisation correcte d'un langage simple et accessible			0 ou 05
4.Adaptation du contenu à l'audience cible 4.1 Adaptation exacte du contenu à l'audience cible			0 ou 05
5.Utiliser d'un langage évocateur qui suscite des émotions spécifiques 5.1Utilisation correcte d'un langage évocateur qui suscite des émotions spécifiques			0 ou 05
6.Choix des outils et les logiciels adaptés à la création de visuels numériques 6.1Choix judicieux des outils et les logiciels adaptés à la création de visuels numériques			0 ou 05
7.Application des principes de base du design graphique 7.1Application correcte des principes de base du design graphique			0 ou 05
8.Utilisation des visuels			0 ou 05

FICHE D'ÉVALUATION			
N° 8	**Énoncé de la compétence :** Développer les stratégies de contenu **CODE :**		**Durée : 10 h**
8.1Utilisation appropriée des visuels			
9.Choix des plateformes de médias sociaux 9.1Choix judicieux des plateformes de médias sociaux			0 ou 05
10.Définition d'un plan de contenu 10.1 Définition correcte d'un plan de contenu			0 ou 05
11.Identification des types de contenu à publier 11.1Identification précise des types de contenu à publier			0 ou 05
12.Détermination de la fréquence de publication sur les médias sociaux 12.1 Détermination correcte de la fréquence de publication sur les médias sociaux			0 ou 05
13.Utilisation des techniques de production vidéo 13.1Utilisation appropriée des techniques de production vidéo			0 ou 05
14.Rédaction de scénario et de storyboard 14.1 Rédaction correcte de scénario et de storyboard			0 ou 05
15. Calibrage du style et du ton de la vidéo à la cible visée 15.1 Calibrage correcte du style et du ton de la vidéo à la cible visée			0 ou 05
16. Utilisation des plateformes et outils 16.1Utilisation correcte des plateformes et outils			0 ou 05
17. Utilisation de contenu pertinent original et engageant pour le public cible 17.1 Utilisation correcte de contenu pertinent original et engageant pour le public cible			0 ou 05
18.Utilisation des outils de mesure de l'engagement 18.1Utilisation appropriée des outils de mesure de l'engagement			0 ou 05
19. Respect du calendrier de publication 19.1 Respect strict du calendrier de publication			0 ou 05
20. Ajustement des publications en fonction des retours des utilisateurs 20.1 Ajustement correcte des publications en fonction des retours des utilisateurs			0 ou 05

FICHE D'ÉVALUATION			
N° 8	**Énoncé de la compétence :** Développer les stratégies de contenu **CODE :**		**Durée : 10 h**
		TOTAL:	**/100**
Seuil de réussite: 60%.			
Règle de verdict: Le formateur devra s'assurer qu'en dehors de la maîtrise des opérations, l'apprenant adopte des attitudes respectant les règles de sécurité et de préservation de l'environnement pour lesquelles il aura été évalué à la compétence 3.	**Oui** ☐	**Non** ☐	
Remarque :			

compétence 09: ***Elaborer le mix digital***				
TABLEAU DE SPÉCIFICATIONS				
N° et libellé de la compétence	**9. Elaborer le mix digital**		**Durée d'apprentissage/Evaluation**	**56h/4h**
Éléments de la compétence	**Stratégie**	**Indicateurs**	**Critères d'évaluation**	**Points**
Analyser les tendances du marché	Processus	1. Definition des objectifs	1.1Definition correcte des objectifs	10
		2. Collecte des informations	2.1Collecte judicieuse des informations	05
		3. Visualisation des flux	3.1Visualisation exacte des flux	05
Segmenter et cibler le marché	Processus	4. Création des profils détaillés de vos clients idéaux	4.1 Création exacte des profils détaillés de vos clients idéaux	05
		5. Division du marché en segments basés sur des critères démographiques, psychographiques, comportementaux	5.1 Division correcte du marché en segments basés sur des critères démographiques, psychographiques, comportementaux	10
Utiliser des canaux de distribution numériques	Processus	6.Identification des canaux	6.1 Identification correcte des canaux	05
		7.Identification des outils d'automatisation	7.1Identification correcte des outils d'automatisation	10
		8.Description des fonctionnalités	8.1Description parfaite des fonctionnalités	05
Identifier les stratégies de tarification en ligne	Processus	9. Analyse des modèles freemium, abonnements, et promotions;	9.1Analyse correcte des modèles freemium, abonnements, et promotions;	10
		10. Application efficace des modèles freemium, abonnements, et promotions .	10.1Application efficace des modèles freemium, abonnements, et promotions .	05
Evaluer les performances	Processus	11. Analyse des données	11.1 Analyse correcte des données	10
		12.Recueil correct des retours des clients	12.1Recueil correct des retours des clients	10
		13.Recommandation des correctifs et mesures	13.1Recommandation pertinente des correctifs et mesures	10

DESCRIPTION DE L'EPREUVE	
N° 9	**Énoncé de la compétence** : Elaborer le mix digital **MODULE :** Elaboration du mix digital **Code :**

Renseignements généraux

L'épreuve a pour but d'évaluer la compétence relative à « Elaborer le mix digital ».

Il s'agit d'une épreuve d'évaluation qui prend en considération une portion d'évaluation des connaissances théoriques et une portion de type pratique.

L'évaluation de type pratique pourrait être administrée individuellement ou en groupe en fonction de l'élément de compétence et du matériel disponible.

L'évaluation des connaissances théoriques pourrait être réalisée avec l'ensemble des apprenants. L'environnement de réalisation de l'épreuve de type pratique pourrait s'inspirer d'une situation en milieu de travail.

La durée cumulée de l'ensemble des épreuves pourrait être d'environ 04 heures, et inclure la portion pratique combinée à celle de l'évaluation des connaissances théoriques pour les différents éléments de compétence.

Contenu de l'épreuve

A partir d'un dispositif mis en place, l'on pourrait demander aux apprenants d'a**nalyser les tendances du marché, d'**utiliser des canaux de distribution numériques, et éventuellement

identifier les stratégies de tarification en ligne et évaluer les performances.

On pourrait également demander à l'apprenant, dans le cadre d'une évaluation pratique, Identifier les stratégies de tarification en ligne et même d'effectuer des recherches. Le produit de ce travail pouvant être imprimé et sauvegardé sur divers types de supports.

Plusieurs apprenants pourraient être associés pour cette évaluation.

La mise en situation (étude de cas) pourrait être utilisée à titre d'évaluation des connaissances théoriques pour l'ensemble des éléments de la compétence.

Matériel (Pour un groupe de 25 apprenants)

- *25 postes de travail équipés de logiciel Office et des moteurs de recherche*
- *02 vidéoprojecteurs*
- *02 imprimantes*
- *02 scanners*

- *Des clés USB*
- *Des CD vierges*
- *Etc.*

Consigne particulière

- L’épreuve pourrait être administrée après le temps d’apprentissage de la compétence 3, L'observation pourrait être faite en simulation.
- En cas d'échec, l'épreuve devrait être reprise dans son ensemble. Si un seul élément est très faible comparativement aux autres pour lesquels les performances de l'apprenant seraient excellentes, seul cet élément pourrait être repris.

FICHE D'ÉVALUATION		
N° 9	**Énoncé de la compétence : Elaborer le mix digital** **CODE :**	**Durée : 3 h**

Nom de l'apprenant:
Établissement d'enseignement:
Date de l'évaluation:
Signature du formateur:

Résultat	
SUCCÈS	**ÉCHEC**
☐	☐

ÉLÉMENTS D'OBSERVATION	OUI	NON	RÉSULTATS
1.Definition des objectifs 1.1Definition correcte des objectifs			0 ou 10
2.Collecte des informations 2.1Collecte judicieuse des informations			0 ou 05
3.Visualisation des flux 3.1Visualisation exacte des flux			0 ou 05
4.Création des profils détaillés de vos clients idéaux 4.1 Création exacte des profils détaillés de vos clients idéaux			0 ou 05
5. Division du marché en segments basés sur des critères démographiques, psychographiques, comportementaux 5.1 Division correcte du marché en segments basés sur des critères démographiques, psychographiques, comportementaux			0 ou 10
6. Identification des canaux 6.1 Identification correcte des canaux			0 ou 05
7.1Identification des outils 7.1Identification correcte des outils			0 ou 10

FICHE D'ÉVALUATION			
N° 9	**Énoncé de la compétence : Elaborer le mix digital** **CODE :**		**Durée : 3 h**
d'automatisation			
8.Description des fonctionnalités 8.1Description parfaite des fonctionnalités			0 ou 05
9.Analyse des modèles freemium, abonnements, et promotions. 9.1Analyse correcte des modèles freemium, abonnements, et promotions.			0 ou 10
10.Applicationdes modèles freemium, abonnements, et promotions . 10.1Application efficace des modèles freemium, abonnements, et promotions .			0 ou 05
11.Analyse des données 11.1 Analyse correcte des données			0 ou 10
12.Recueil des retours des clients 12.1Recueil correct des retours des clients			0 ou 05
13.Recommandation des correctifs et mesures 13.1Recommandation pertinente des correctifs et mesures			0 ou 05
14.Suivi et analyse des performances **14.1Suivi et analyse correcte des performances**			0 ou 05
15.Optimisation des performances **15.1 Optimisation continue des performances**			0 ou 05
		TOTAL:	**/100**
Seuil de réussite: 60%.			
Règle de verdict: Le formateur devra s'assurer qu'en dehors de la maîtrise des opérations, l'apprenant adopte des attitudes respectant les règles de sécurité et de préservation de l'environnement pour lesquelles il aura été évalué à la compétence 3.	**Oui** ☐	**Non** ☐	
Remarque :			

Compétence 10: ***Organiser les événements en ligne***

TABLEAU DE SPÉCIFICATIONS

N° et libellé de la compétence	**10. Organiser les événements en ligne**		**Durée d'apprentissage/Evaluation**	**112h/8h**
Éléments de la compétence	**Stratégie**	**Indicateurs**	**Critères d'évaluation**	**Points**
Définir les Objectifs de l'Événement	Processus	1. Clarification du but de l'événement	1.1Clarification correcte du but de l'événement	05
		2. Identification de l'audience	2.1 Identification claire de l'audience;	05
		3. Identification du contenu et du format de l'événement	3.1Identification correcte du contenu et du format de l'événement	05
Planifier et structurer le contenu	Processus	**4. Établissement d'un programme détaillé**	**4.1 Établissement correct d'un programme détaillé**	05
		5. Identification des intervenants	**5.1 Identification correcte des intervenants**	10
		6. Proposition des Présentations et du matériel	**6.1 Proposition pertinente des Présentations et du Matériel**	05
		1. **Promotion de l'Événement**	**7.1 Promotion juste de l'événement**	10
Interagir avec le public	Processus	8. Analyse des menaces et vulnérabilités	8.1 Analyse efficace des menaces et vulnérabilités	10
		9. Exploitation du contexte organisationnel et règlementaire	9.1 Exploitation correcte du contexte organisationnel et règlementaire	05
		10. Analyse des mises à jour	10.1 Analyse efficace des mises à jour	05
Gérer les inscriptions et les participants	Processus	**11.Identification des outils d'inscription**	**11.1 Identification juste des outils d'inscription**	10

		12. Fourniture des informations	12.1 Fourniture exacte des informations	10
		13.Utilisation des outils interactifs	13.1 Utilisation juste des outils interactifs	05
Evaluer la performance		14.Collecte exact des feedbacks	14.1 Collecte exact des feedbacks	05
		15. Test correct de nouvelles Approches	**15.1 Test correct de nouvelles approches**	05

DESCRIPTION DE L'EPREUVE	
N° 10	**Énoncé de la compétence** : Organiser les événements en ligne **MODULE : Organisation des événements en ligne** **Code :** OELL10

Renseignements généraux

L'épreuve a pour but d'évaluer la compétence relative à « Exploiter les aspects légaux et éthique du digital ».

Il s'agit d'une épreuve d'évaluation qui prend en considération une portion d'évaluation des connaissances théoriques et une portion de type pratique.

L'évaluation de type pratique pourrait être administrée individuellement ou en groupe en fonction de l'élément de compétence et du matériel disponible.

L'évaluation des connaissances théoriques pourrait être réalisée avec l'ensemble des apprenants. L'environnement de réalisation de l'épreuve de type pratique pourrait s'inspirer d'une situation en milieu de travail.

La durée cumulée de l'ensemble des épreuves pourrait être d'environ 04 heures, et inclure la portion pratique combinée à celle de l'évaluation des connaissances théoriques pour les différents éléments de compétence.

Contenu de l'épreuve

A partir d'un dispositif mis en place ou des photos, l'on pourrait demander aux apprenants de Définir les Objectifs de l'événement, planifier et structurer le contenu et interagir avec le public.

Plusieurs apprenants pourraient être associés pour cette évaluation.

La mise en situation (étude de cas) pourrait être utilisée à titre d'évaluation des connaissances théoriques pour l'ensemble des éléments de la compétence.

Matériel (Pour un groupe de 25 apprenants)

- *25 postes de travail équipés de logiciel Office et des moteurs de recherche*
- *02 vidéoprojecteurs*
- *02 imprimantes*
- *02 scanners*
- *Des clés USB*
- *Des CD vierges*
- *Etc.*

Consignes particulières

- L’épreuve pourrait être administrée après le temps d’apprentissage de la compétence 3, l'observation pourrait être faite en simulation.
- En cas d'échec, l'épreuve devrait être reprise dans son ensemble. Si un seul élément est très faible comparativement aux autres pour lesquels les performances de l'apprenant seraient excellentes, seul cet élément pourrait être repris.

FICHE D'ÉVALUATION		
N° 10	**Énoncé de la compétence :** Organiser les événements en ligne **CODE :** OELL10	**Durée : 8 h**

Nom de l'apprenant :
Structure de formation :
Date de l'évaluation :
Signature du formateur:

Résultat	
SUCCÈS	**ÉCHEC**
☐	☐

ÉLÉMENTS D'OBSERVATION	OUI	NON	RÉSULTATS
1.Clarification du but de l'événement 1.1Clarification correcte du but de l'événement			0 ou 05
2.Identification de l'audience 2.1 Identification claire de l'audience			0 ou 05
3.Identification du contenu et du format de l'événement 3.1Identification correcte du contenu et du format de l'événement			0 ou 05
4. Établissement d'un programme détaillé **4.1 Établissement correct d'un programme détaillé**			0 ou 5
5. Identification des intervenants **5.1 Identification correct des intervenants**			0 ou 10
6.Proposition des présentations et du matériel **6.1 Proposition pertinente des présentations et du matériel**			0 ou 05
7. Promotion de l'événement **7.1 Promotion juste de l'événement**			0 ou 10
8. Analyse des menaces et vulnérabilités 8.1 Analyse efficace des menaces et vulnérabilités			0 ou 10
9.Exploitation du contexte organisationnel et règlementaire 9.1 Exploitation correcte du contexte organisationnel et règlementaire			0 ou 05

FICHE D'ÉVALUATION			
N° 10	**Énoncé de la compétence :** Organiser les événements en ligne **CODE :** OELL10		**Durée : 8 h**
10.Analyse des mises à jour 10.1 Analyse efficace des mises à jour			0 ou 05
11 Identification des outils d'inscription **11.1 Identification juste des outils d'inscription**			0 ou 05
12.Fourniture des informations 12.1 Fourniture exacte des informations			0 ou 10
13.Utilisation des outils interactifs 13.1 Utilisation juste des outils interactifs			0 ou 10
14.Collect des feedbacks 14.1 Collect exact des feedbacks			0 ou 05
15.Test de nouvelles approches **15.1 Test correct de nouvelles approches**			0 ou 05
		TOTAL:	**/100**

Seuil de réussite: 60%.			
Règle de verdict: Le formateur devra s'assurer qu'en dehors de la maîtrise des opérations, l'apprenant adopte des attitudes respectant les règles de sécurité et de préservation de l'environnement pour lesquelles il aura été évalué à la compétence 3.	**Oui** ☐	**Non** ☐	
Remarque :			

Compétence 11: ***Gérer une plateforme digitale***

TABLEAU DE SPÉCIFICATIONS

N° et libellé de la compétence	**11. Gérer une plateforme digitale**		**Durée d'apprentissage/Evaluation**	**84h/6h**
Éléments de la compétence	**Stratégie**	**Indicateurs**	**Critères d'évaluation**	**Points**
Choisir les canaux	Processus	1.Identification des canaux	1.1Identification précise des canaux	05
		2. Adaptation du type de contenu au format du canal	2.1 Adaptation correcte du type de contenu au format du canal	05
		3. Gestion de grands volumes d'interactions sur différents canaux	3.1 Gestion efficace de grands volumes d'interactions sur différents canaux	05
Préparer les actions des campagnes marketings en ligne	Processus	4.Identification des besoins et attentes du client ou de l'entreprise	4.1 Identification précise des besoins et attentes du client ou de l'entreprise	05
		5. Sélection des canaux et formats de marketings	5.1 Sélection judicieuse des canaux et formats de marketings	10
		6. Exécution correcte d'un plan de campagne marketing détaillé	6.1 Exécution correcte d'un plan de campagne marketing détaillé	05
Mettre en œuvre les campagnes publicitaires (SEA)	Processus	7. Configuration des paramètres de la campagne publicitaire SEA	7.1Configuration correcte des paramètres de la campagne publicitaire SEA	05
		8.Production des annonces efficaces et attractives	8.1Production correcte des annonces efficaces et attractives	10
		9.Rédaction des rapports d'analyse des performances des campagnes publicitaires	9.1Rédaction correcte des rapports d'analyse des performances des campagnes publicitaires	10
Implémenter les campagnes de SMS et Emails marketings	Processus	10.Choix des plateformes de gestion des SMS et Emails marketing	10.1 Choix judicieux des plateformes de gestion des SMS et Emails marketing	05
		11.Configuration des paramètres des campagnes des SMS et emails marketings	11.1 Configuration correcte des paramètres des campagnes des SMS et emails marketings	05

		12. Création des SMS et Emails marketings	12.1 Création efficace des SMS et Emails marketings	10
Payer les droits en ligne	Processus	13. Identification des types de paiement ;	13.1Identification précise des types de paiement ;	05
		14.Exploitation des ressources	14.1 Exploitation judicieuse des ressources	05
		15.Exécution le budget d'une campagne	15.1 Exécution rigoureuse le budget d'une campagne	10

DESCRIPTION DE L'EPREUVE	
N° 11	**Énoncé de la compétence** : **Gérer une plateforme digitale** **MODULE : Gestion d'une plateforme digitale** **Code :**

Renseignements généraux

L'épreuve a pour but d'évaluer la compétence relative à « Exploiter les aspects légaux et éthique du digital ».

Il s'agit d'une épreuve d'évaluation qui prend en considération une portion d'évaluation des connaissances théoriques et une portion de type pratique.

L'évaluation de type pratique pourrait être administrée individuellement ou en groupe en fonction de l'élément de compétence et du matériel disponible.

L'évaluation des connaissances théoriques pourrait être réalisée avec l'ensemble des apprenants. L'environnement de réalisation de l'épreuve de type pratique pourrait s'inspirer d'une situation en milieu de travail.

La durée cumulée de l'ensemble des épreuves pourrait être d'environ 04 heures, et inclure la portion pratique combinée à celle de l'évaluation des connaissances théoriques pour les différents éléments de compétence.

Contenu de l'épreuve

A partir d'un dispositif mis en place ou des photos, l'on pourrait demander aux apprenants de choisir les canaux, préparer les actions des campagnes marketings en ligne, mettre en œuvre les campagnes publicitaires (SEA), implémenter les campagnes de SMS et Emails marketings.

Le produit de ce travail pouvant être imprimé et sauvegardé sur divers types de supports.

Plusieurs apprenants pourraient être associés pour cette évaluation.

La mise en situation (étude de cas) pourrait être utilisée à titre d'évaluation des connaissances théoriques pour l'ensemble des éléments de la compétence.

Matériel (Pour un groupe de 25 apprenants)

25 postes de travail équipés de logiciel Office et des moteurs de recherche
02 vidéoprojecteurs
02 imprimantes
02 scanners
Des clés USB

Des CD vierges
Etc.
Consignes particulières
L’épreuve pourrait être administrée après le temps d’apprentissage de la compétence 3, L'observation pourrait être faite en simulation.
En cas d'échec, l'épreuve devrait être reprise dans son ensemble. Si un seul élément est très faible comparativement aux autres pour lesquels les performances de l'apprenant seraient excellentes, seul cet élément pourrait être repris.

FICHE D'ÉVALUATION		
N° 11	**Énoncé de la compétence : Gérer une plateforme digitale** **CODE :**	**Durée : 6h**

Nom de l'apprenant :
Structure de formation :
Date de l'évaluation :
Signature du formateur :

Résultat	
SUCCÈS	**ÉCHEC**
☐	☐

ÉLÉMENTS D'OBSERVATION	**OUI**	**NON**	**RÉSULTATS**
1.Identification des canaux 1.1Identification précise des canaux			0 OU 10
Adaptation du type de contenu au format du canal 2.1 Adaptation correct du type de contenu au format du canal			0 OU 05
3. Gestion de grands volumes d'interactions sur différents canaux 3.1 Gestion efficace de grands volumes d'interactions sur différents canaux			0 OU 05
4.Identification des besoins et attentes du client ou de l'entreprise 4.1 Identification précise des besoins et attentes du client ou de l'entreprise			0 OU 05
5.Sélection des canaux et formats de marketings 5.1 Sélection judicieuse des canaux et formats de marketings			0 OU 10
6. Exécution d'un plan de campagne marketing détaillé 6.1 Exécution correcte d'un plan de campagne marketing détaillé			0 OU 05
7.Configuration des paramètres de la campagne publicitaire SEA 7.1Configuration correcte des paramètres de la campagne publicitaire SEA			0 OU 05
8.Production des annonces efficaces et attractives 8.1Production correct des annonces efficaces et attractives			0 OU 10
9.Rédaction des rapports d'analyse des performances des campagnes publicitaires			0 OU 10

FICHE D'ÉVALUATION				
N° 11	**Énoncé de la compétence : Gérer une plateforme digitale** **CODE :**	**Durée : 6h**		
9.1Rédaction correcte des rapports d'analyse des performances des campagnes publicitaires				
10.Choix des plateformes de gestion des SMS et Emails marketing 10.1 Choix judicieux des plateformes de gestion des SMS et Emails marketing				0 OU 05
11.Configuration correcte des paramètres des campagnes des SMS et emails marketings 11.1 Configuration correcte des paramètres des campagnes des SMS et emails marketings				0 OU 05
12.Création des SMS et Emails marketings 12.1 Création efficace des SMS et Emails marketings				0 OU 10
13.Identification des types de paiement 13.1Identification précise des types de paiement				0 OU 05
14.Exploitation des ressources 14.1 Exploitation judicieuse des ressources				0 OU 05
15. Exécution le budget d'une campagne 15.1 Exécution rigoureuse le budget d'une campagne				0 OU 05
TOTAL:				**/100**
Seuil de réussite: 60%.				
Règle de verdict : Le formateur devra s'assurer qu'en dehors de la maîtrise des opérations, l'apprenant adopte des attitudes respectant les règles de sécurité et de préservation de l'environnement pour lesquelles il aura été évalué à la compétence 3.		**Oui** ☐	**Non** ☐	
Remarque :				

Compétence 12: ***Gérer de la E-réputation***

TABLEAU DE SPÉCIFICATIONS				
N° et libellé de la compétence	**12. Gérer de la E-réputation**		**Durée d'apprentissage/Evaluation**	**86h/4h**
Éléments de la compétence	**Stratégie**	**Indicateurs**	**Critères d'évaluation**	**Points**
Comprendre les médias sociaux,	Processus	1. Interaction des utilisateurs avec le contenu publié	1.1 Interaction correcte des utilisateurs avec le contenu publié	10
		2. Evaluation d'attractivité de la marque sur les médias sociaux	2.1 Evaluation exacte d'attractivité de la marque sur les médias sociaux	05
		3. Identification des meilleures pratiques	3.1 Identification appropriée des meilleures pratiques	05
Gérer les contenus	Processus	4. Utilisation de mots-clés	4.1 Utilisation correcte de mots-clés	10
		5. Ajustement de la stratégie de contenu	5.1 Ajustement correcte de la stratégie de contenu	10
		6. Evaluation des stratégies mises en place	6.1 Evaluation efficace des stratégies mises en place	05
Analyser les données	Processus	7. Choix correct de KPI	7.1 Choix correct de KPI	05
		8. Interprétation des résultats	8.1 Interprétation minutieuse des résultats	05
		9. Utilisation des outils d'analyses	9.1 Utilisation appropriée des outils d'analyses	05
Utiliser les stratégies de communication	Processus	10. Transmission des messages	10.1 Transmission correcte des messages	05
		11. Utilisation des KPI	11.1 Utilisation efficace des KPI	10
		12. Identification des points à améliorer	12.1 Identification correcte des points à améliorer	05
Elaborer des plans de gestion de crise	Processus	13. Identification et Évaluation des Risques	13.1 Identification et Évaluation des Risques	05
		14. Communication en Temps de Crise	14.1 Communication parfaite en Temps de Crise	05

		15. Simulation de crise	15.1 Simulation correcte de crise	05
		16. Évaluation d'une gestion de crise	16.1 Évaluation efficace d'une gestion de crise	05

DESCRIPTION DE L'EPREUVE	
N° 12	**Énoncé de la compétence** : Gérer la E-réputation **MODULE : Gestion de la E Réputation** **Code : GDLE12**

Renseignements généraux

L'épreuve a pour but d'évaluer la compétence relative à « **Gérer de la E-réputation** ».

Il s'agit d'une épreuve d'évaluation qui prend en considération une portion d'évaluation des connaissances théoriques et une portion de type pratique.

L'évaluation de type pratique pourrait être administrée individuellement ou en groupe en fonction de l'élément de compétence et du matériel disponible.

L'évaluation des connaissances théoriques pourrait être réalisée avec l'ensemble des apprenants. L'environnement de réalisation de l'épreuve de type pratique pourrait s'inspirer d'une situation en milieu de travail.

La durée cumulée de l'ensemble des épreuves pourrait être d'environ 04 heures, et inclure la portion pratique combinée à celle de l'évaluation des connaissances théoriques pour les différents éléments de compétence.

Contenu de l'épreuve

A partir d'un dispositif mis en place ou des photos, l'on pourrait demander aux apprenants de comprendre les médias sociaux, Gérer les contenus, analyser les données, utiliser les stratégies de communication, élaborer des plans de gestion de crise.

Le produit de ce travail pouvant être imprimé et sauvegardé sur divers types de supports.

Plusieurs apprenants pourraient être associés pour cette évaluation.

La mise en situation (étude de cas) pourrait être utilisée à titre d'évaluation des connaissances théoriques pour l'ensemble des éléments de la compétence.

Matériel (Pour un groupe de 25 apprenants)

25 postes de travail équipés de logiciel Office et des moteurs de recherche

02 vidéoprojecteurs

02 imprimantes

02 scanners

Des clés USB
Des CD vierges
Etc.
Consigne particulière
L’épreuve pourrait être administrée après le temps d’apprentissage de la compétence 7, L'observation pourrait être faite en simulation.
En cas d'échec, l'épreuve devrait être reprise dans son ensemble. Si un seul élément est très faible comparativement aux autres pour lesquels les performances de l'apprenant seraient excellentes, seul cet élément pourrait être repris.

FICHE D'ÉVALUATION		
N° 12	**Énoncé de la compétence :** Gérer de la E-réputation **CODE :**	**Durée : 4h**

Nom de l'apprenant :
Structure de formation :
Date de l'évaluation :
Signature du formateur:

Résultat	
SUCCÈS	**ÉCHEC**
☐	☐

ÉLÉMENTS D'OBSERVATION	**OUI**	**NON**	**RÉSULTATS**
1. Interaction des utilisateurs avec le contenu publié 1.1 Interaction correcte des utilisateurs avec le contenu publié			0 ou 10
2. Evaluation d'attractivité de la marque sur les médias sociaux 2.1 Evaluation exacte d'attractivité de la marque sur les médias sociaux			0 ou 05
3. Identification des meilleures pratiques 3.1 Identification appropriée des meilleures pratiques			0 ou 05
4. Utilisation de mots-clés 4.1 Utilisation correcte de mots-clés			0 ou 10
5. Ajustement de la stratégie de contenu 5.1 Ajustement correcte de la stratégie de contenu			0 ou 10
6. Evaluation des stratégies mises en place 6.1 Evaluation efficacité des stratégies mises en place			0 ou 05
7. Choix correct de KPI 7.1 Choix correct de KPI			0 ou 05
8. Interprétation des résultats 8.1 Interprétation minutieuse des résultats			0 ou 05
9. Utilisation des outils d'analyses 9.1 Utilisation appropriée des outils d'analyses			0 ou 05

FICHE D'ÉVALUATION			
N° 12	**Énoncé de la compétence :** Gérer de la E-réputation **CODE :**	**Durée : 4h**	
10. Transmission des messages 10.1 Transmission correcte des messages			0 ou 10
11.Utilisation des KPI 11.1 Utilisation efficace des KPI			0 ou 10
12. Identification des points à améliorer 12.1 Identification correcte des points à améliorer			0 ou 05
13. Identification et Évaluation des Risques 13.1 Identification et Évaluation des Risques			0 ou 05
14. Communication en Temps de Crise 14.1 Communication parfaite en Temps de Crise			0 ou 10
15. Simulation de crise 15.1 Simulation correcte de crise			0 ou 05
16. Évaluation d'une gestion de crise 16.1 Évaluation efficace d'une gestion de crise			0 ou 05
TOTAL:			**/100**
Seuil de réussite: 60%.			
Règle de verdict: Le formateur devra s'assurer qu'en dehors de la maîtrise des opérations, l'apprenant adopte des attitudes respectant les règles de sécurité et de préservation de l'environnement pour lesquelles il aura été évalué à la compétence 7.	**Oui** ☐	**Non** ☐	
Remarque :			

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Samurçay R. et Pastré, P. (2004), Stratégie de la formation professionnelle, République du Cameroun, Toulouse : Octarès, 187 pages.
- Organisation Internationale de la Francophonie (2007), Les guides méthodologiques d'appui à la mise en œuvre de l'approche par compétences en formation professionnelle, Guide - Conception et réalisation des études sectorielles et préliminaires, 77 pages.
- Organisation Internationale de la Francophonie (2007), Les guides méthodologies d'appui à la mise en œuvre de l'approche par compétences en formation professionnelle, Guide - Conception et réalisation d'un référentiel de métier-compétences, 83 pages.
- Organisation Internationale de la Francophonie (2007), Les guides méthodologiques d'appui à la mise en œuvre de l'approche par compétences en formation professionnelle, Guide - Conception et production d'un guide pédagogique, 61 pages.
- Organisation Internationale de la Francophonie (2007), Les guides méthodologiques d'appui à la mise en œuvre de l'approche par compétences en formation professionnelle, Guides - Conception et production d'un guide d'évaluation, 86 pages.
- Heath C. et Heath D, 2007, Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die, Random House, 291 pages
- Kaushik A, 2009, Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity, Wiley Publishing, 512 pages
- Hemann C. et Burbary K, 2013, Digital Marketing Analytics: Making Sense of Consumer Data in a Digital World, Que Publishing, 364 pages
- Vaynerchuk G, 2013, Jab, Jab, Jab, Right Hook: How to Tell Your Story in a Noisy Social World, Harper Business, 224 pages.
- Winston W. L, 2014, Marketing Analytics: Data-Driven Techniques with Microsoft Excel, Wiley, 720 pages
- Berger J, 2014, Contagious: How to Build Word of Mouth in the Digital Age, (1), Simon & Schuster Ltd, 256 pages.
- Sutherland J, 2014, Scrum: The Art of Doing Twice the Work in Half the Time, volume, Crown Currency, 384 pages.
- Gallo C, 2014, Talk Like TED: The 9 Public-Speaking Secrets of the World's Top Minds, volume 1, St. Martin's Press, 288 pages.
- Kawasaki G. et Fitzpatrick P, 2014, The Art of Social Media: Power Tips for Power Users, Portfolio/Penguin, 208 pages.
- Deiss R. et Henneberry R, 2020, Digital Marketing For Dummies, John Wiley & Soons, 368 pages.
- Jeff J, 2016, Agile Marketing: Building Endurance for Your Content Marketing Team, Squared Digital, 392 pages.
- Crestodina A, 2022, Content Chemistry: The Illustrated Handbook for Content Marketing, Orbit Media Studios, Inc, 376 pages.

- Chaffey D. et Ellis-Chadwick F, 2022, Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice, volume 1, Pearson Education, 4848 pages.
- Michelle Krasniak, Zimmerman J. et Deborah Ng, 2023, Social Media Marketing All-in-One For Dummies, volume , Wiley, 784 pages.
- Caroline Faillet "Community Management: Stratégies et bonnes pratiques pour interagir avec vos communautés"–
- Robert Rose, (August 2020). How Content Marketing Can Save Your Digital Marketing Strategy. Content Marketing Institute, https://contentmarketinginstitute.com/articles/digital-marketing-strategy/
- Angela Petteys, (November 2023). A Beginner's Guide to Google Search Console. MOZ Blog, https://moz.com/blog/a-beginners-guide-to-the-google-search-consol

GUIDE PEDAGOGIQUE (GP)

ABRÉVIATIONS ET ACRONYMES

APC	Approche Par Compétences
AST	Analyse de la Situation de Travail
BT	Brevet de Technicien
CMR	Cameroun
CQP	Certificat de Qualification Professionnelle
DFOP	Direction de la Formation et de l'Orientation Professionnelles
DQP	Diplômes de Qualification Professionnelle
DTS	Diplôme de Technicien Spécialisé
EPC	Équipements de Protection Collective
EPI	Équipements de Protection Individuelle
FP	Formation Professionnelle
GECAM	Groupement des Entreprises du Cameroun
GOPM	Guide d'Organisation Pédagogique et Matérielle
GP	Guide Pédagogique
IGF	Inspection Générale des Formations
MINEFOP	Ministère de l'Emploi et de la Formation Professionnelle
OIF	Organisation Internationale de la Francophonie
OWASP	**Open Web Application Security Project**
PADESCE	Projet d'Appui au Développement de l'Enseignement Secondaire et des Compétences pour la Croissance et l'Emploi
RAST	Rapport d'Analyse de Situation de Travail
RF	Référentiel de Formation
RMC	Référentiel de Métier Compétences
SND30	Stratégie Nationale de Développement du Cameroun 2030
VAE	Validation des Acquis de l'Expérience
WAF	Web Application Firewall
TP	Travaux Pratiques

PREMIERE PARTIE : STRATEGIES DE FORMATION

IV.1. PRÉSENTATION GENERALE DU GUIDE

a) Nature.

L'objectif principal d'un guide pédagogique est d'appuyer les formateurs et l'équipe pédagogique responsables de la mise en œuvre de la formation dans chaque établissement. Le milieu, les types de formations offertes, le profil des apprenants, les caractéristiques du personnel enseignant, les ressources physiques et matérielles mises à disposition ainsi que la nature des partenariats accessibles font de chaque structure de formation un lieu unique. Dans un tel contexte, il ne saurait être question d'instaurer des modes d'intervention et des stratégies éducatives uniformes.

Au contraire, il faut laisser à chaque structure de formation toute la marge de manœuvre possible pour adapter le scénario de formation élaboré lors de la production du référentiel de formation tout en s'assurant du respect des rubriques prescrites, dont les standards de performance retenus pour les compétences. Le guide pédagogique doit donc allier latitude et souplesse en vue de la réalisation de la formation.

Le guide pédagogique présente dans un premier temps les principes pédagogiques recommandés pour soutenir la livraison de la formation en respect de l'Approche Par Compétences. Il présente aussi le projet pédagogique et les intentions qui soutiennent celui-ci. Il permet de renforcer les liens spécifiques entre le référentiel de formation et la traduction des intentions pédagogiques exprimées par l'équipe de production. Il définit deux outils pédagogiques (chronogramme suggéré et fiches de suggestions pédagogiques) destinés à aider le formateur, l'équipe pédagogique ainsi que les gestionnaires de la structure de formation à effectuer la planification et l'organisation de la formation. Dans un second temps, y sont présentées des fiches contenant des suggestions pédagogiques pour chacune des compétences identifiées dans le référentiel de formation. Ces fiches constituent l'essence du guide pédagogique.

b) Buts.

Bien que le guide pédagogique soit un instrument facultatif, contrairement au Référentiel de Formation qui est prescriptif, sa mise à la disposition des formateurs et des équipes pédagogiques permet d'atteindre divers buts :

- Contribuer fortement à la diffusion les valeurs de base qui devraient présider à la réalisation de la formation ;
- Consolider les diverses approches pédagogiques et les modalités de collaboration entre les équipes de formateurs et d'agents ou conseillers pédagogiques des structures de formation ;
- Proposer diverses approches susceptibles de mieux répondre aux besoins des apprenants en formation et de favoriser leur insertion et leur cheminement dans la vie active ;
- Prendre en compte, dans le projet éducatif, l'acquisition de compétences transversales qui relèvent du développement global de la personne et s'alignent avec les objectifs de la formation générale de base ;

- Proposer une démarche de planification pédagogique destinée à faciliter le travail initial du formateur.

IV.2. PRINCIPES PÉDAGOGIQUES

Lorsqu'une équipe de pédagogues aborde l'élaboration d'un guide pédagogique, elle doit généralement avoir en tête un modèle théorique pour mettre en évidence les valeurs qui sous-tendent ses actions et adopter un cadre de référence pour étayer son projet. En rappel, l'Approche Par Compétences (APC) place l'apprenant au centre de la démarche de formation et le reconnaît comme premier acteur responsable de ses apprentissages. Le modèle constructiviste et socioconstructiviste d'apprentissage s'inscrit bien dans cette perspective.

Selon cette approche, les nouveaux savoirs se développent progressivement, à la manière d'une véritable construction, c'est-à-dire en retenant les connaissances antérieures comme assises et en établissant des réseaux de liens entre les diverses réalités avec lesquelles on entre en contact. Le socioconstructivisme, issu du constructivisme, ajoute la dimension des relations humaines, des interactions et des questionnements mutuels dans la construction des savoirs et le développement des compétences.

Ces principes découlent directement des bases conceptuelles, des valeurs et du cadre de référence qui ont présidé à la mise en place de l'APC. Ils constituent des lignes directrices devant être suivies dans le choix des stratégies d'enseignement et d'apprentissage pour permettre aux apprenants d'atteindre les buts du référentiel de formation.

Voici quelques principes généraux qui s'appliquent également dans le cadre du Référentiel de Formation du menuisier-ébéniste :

- Faire participer activement les apprenants et les rendre responsables de leurs apprentissages ;
- Tenir compte du rythme et de la façon d'apprendre de chacun;
- Prendre en compte et réinvestir les acquis scolaires ou expérientiels des apprenants ;
- Considérer que la possibilité ou la capacité d'apprendre est fortement liée aux stratégies et aux moyens utilisés pour acquérir les compétences ;
- Favoriser le renforcement et l'intégration des apprentissages ;
- Privilégier des activités pratiques d'apprentissage et des projets adaptés à la réalité du marché du travail ;
- Communiquer avec les apprenants dans un langage correct et en utilisant les termes techniques appropriés ;
- Rechercher le plus possible la collaboration du milieu du travail ;
    - Faire découvrir aux apprenants que la formation professionnelle constitue une voie importante d'intégration sociale et de développement personnel.

IV.3. PROJET DE FORMATION ET INTENTIONS PÉDAGOGIQUES

Le projet est structuré à partir des finalités, des orientations et des buts généraux de la formation professionnelle. Il s'inspire des valeurs et des principes pédagogiques qui ont présidé à l'élaboration du Référentiel de Formation. Chaque structure de formation est appelée à établir ou à actualiser son projet éducatif lors de l'implantation d'un Référentiel de Formation et ce, avant sa mise en œuvre.

L'élaboration d'un projet de formation implique également une prise en considération des spécificités de la formation offerte par la structure de formation, des caractéristiques des ressources humaines mobilisées, des ressources physiques et matérielles disponibles, de la nature du partenariat avec le milieu du travail et du contexte général.

Le projet définit les intentions pédagogiques et les stratégies d'apprentissages à mettre en place pour l'ensemble de la formation professionnelle, plus spécifiquement pour chaque filière de formation offerte dans la structure de formation.

Les intentions pédagogiques sont des visées éducatives qui découlent du projet de formation et qui servent de guides pour les interventions auprès de l'apprenant. Elles touchent généralement des dimensions significatives du développement professionnel et personnel des apprenants qui n'ont pas fait l'objet de formulations explicites dans les buts du référentiel ou les compétences retenues. Elles incitent le personnel formateur à intervenir dans une direction donnée, chaque fois qu'une situation s'y prête.

Voici donc quelques intentions éducatives d'ordre général qui sont insérées dans le projet éducatif de la mise en œuvre du programme de formation d'ouvrier menuisier-Ebéniste :

- Développer chez les apprenants, le sens des responsabilités et du respect de la personne ;
- Accroître, chez les apprenants, l'autonomie, l'initiative et l'esprit d'entreprise ;
- Développer chez les apprenants, la pratique de l'autoévaluation ;
- Développer chez les apprenants, une discipline personnelle et une méthode de travail ;
- Augmenter chez les apprenants, le souci de protéger l'environnement ;
- Développer chez les apprenants, la préoccupation du travail bien fait ;
- Développer chez les apprenants, le sens de l'économie du temps et des ressources ;
- Développer chez les apprenants, la préoccupation d'utiliser avec soin les différents équipements.

IV.4. PRÉSENTATION GÉNÉRALE DU RÉFÉRENTIEL DE FORMATION

Le scénario de formation se trouve au cœur du Référentiel de Formation. Il consiste à présenter les choix qui ont résulté de la définition des compétences issues du référentiel métier-compétences (elles même découlant de l'AST). Ces compétences sont traduites en actions observables et en résultats mesurables, éléments sur lesquels reposent l'acquisition par l'apprenant et leur évaluation. En plus de mettre en évidence la liste des compétences requises pour exercer un métier, le référentiel de formation les décrit de manière exhaustive et pose des balises qui déterminent une démarche d'acquisition desdites compétences. En conséquence, selon les modalités de réalisation de la compétence, le référentiel de

formation mise sur deux techniques différentes pour décrire les compétences : la traduction en comportement et la traduction en situation.

En conséquence, le référentiel de formation pour le métier de Community Manager traduit les orientations particulières en matière de formation. Il prépare donc la personne à devenir un travailleur du numérique selon les règles de sécurité et la réglementation.

Le référentiel de formation vise à rendre apte le technicien spécialisé à préparer le matériel et les logiciels de conception et de montage d'un site internet, à en vérifier l'opérationnalité et à utiliser des techniques de maintenance. Plus précisément, le technicien pourra réaliser des activités de conception, de montage et de la maintenance (préventive et curative) d'un site internet. Il doit aussi maitriser de multiples techniques de conception, des plus anciennes aux plus modernes et savoir dans quels contextes particuliers mettre chacune d'elles en application.

La nature du travail et les caractéristiques de l'environnement imposent au technicien spécialisé de respecter strictement les règles et les consignes sanitaires, de sécurité autant pour la protection des travailleurs que de celle de l'environnement. Il doit aussi maitriser les techniques de secourisme et de survie.

Étant donné que le technicien spécialisé travaille souvent en équipe ou supervision, il doit démontrer de bonnes attitudes relationnelles, tout en veillant à préserver l'image de l'entreprise pour laquelle il réalise les activités de conception et de montage.

IV.5. LISTE DES COMPÉTENCES

Le tableau suivant est conçu à partir de l'information contenue dans le référentiel de formation. Cette synthèse présente les compétences ordonnancées ainsi que les durées de formation qui s'y rapportent. Le tableau résume en fait la logique de formation présentée dans la matrice des objets de formation et dans le logigramme d'acquisition des compétences. Il prépare donc l'utilisateur du guide pédagogique à mieux comprendre la portée du programme du technicien spécialisé, tout en lui donnant déjà des pistes sur l'organisation du chronogramme de formation.

Synthèse du référentiel de formation

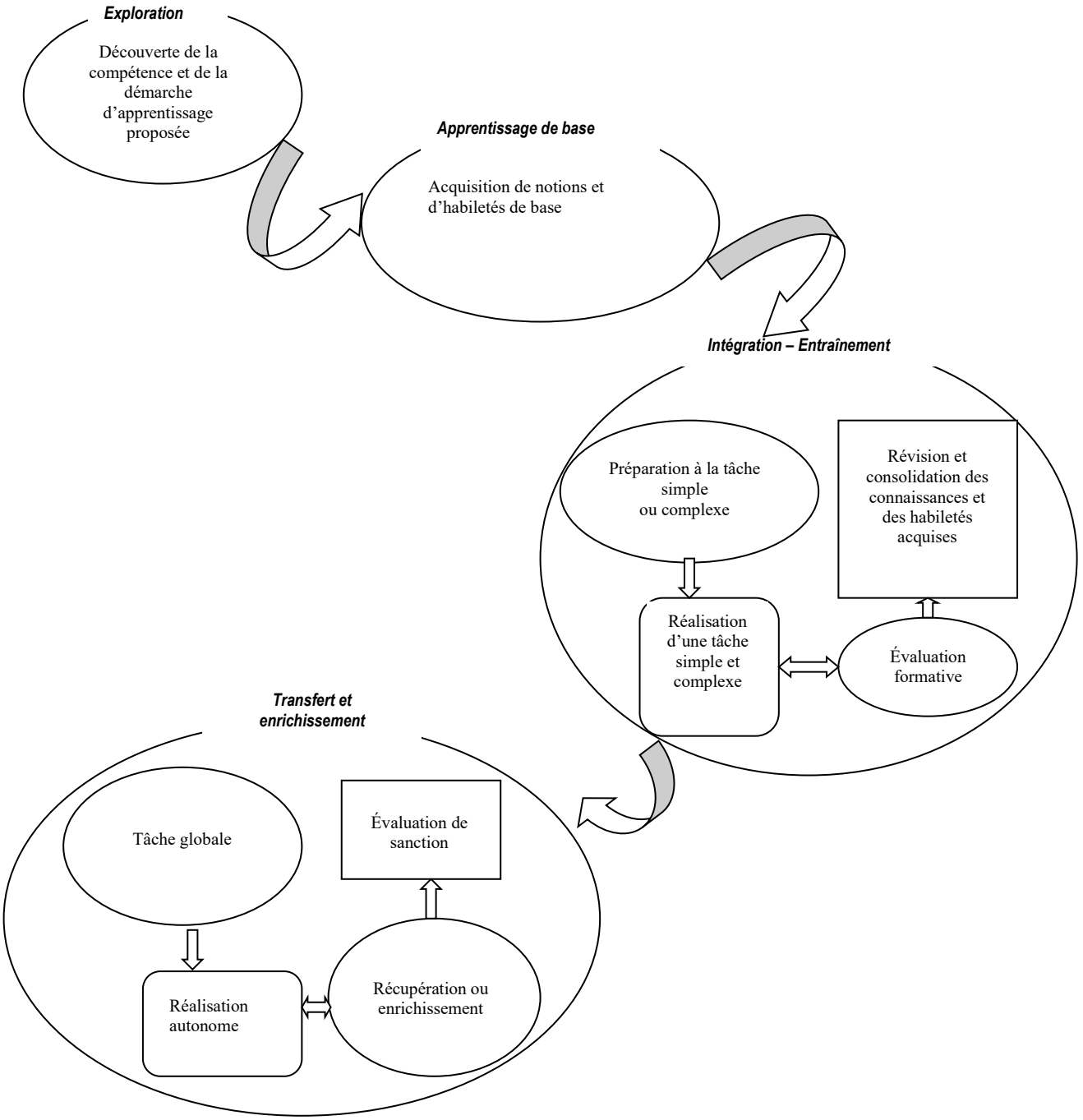
METIER : Community Manager					VOLUME HORAIRE : 1 185				
N°	**Énoncé de la compétence**	**Intitulé Module**	**Durée totale**	**Modalités**	**Stratégie d'évaluation**	**Durée de l'épreuve**	**Traduction**	**Types**	**Seuil de réussite**
01	Se situer au regard du métier et de la formation	Métier et Formation	30	Orale	Ps Pt	2	S	G	70%
02	Communiquer en milieu professionnel	Communication en milieu professionnel	45	Écrite et orale	Ps Pt	3	S	G	
03	Prévenir les atteintes à la santé, à la sécurité, à l'intégrité physique et à l'environnement	Hygiène, Santé, sécurité et Environnement	45	Orale écrite, Pratique	Ps Pt	3	S	G	
04	Utiliser les notions de base en informatique	Les notions de base en informatique	60	Pratique et écrite	Ps Pt	4	C	G	
05	Appliquer les principes du marketing fondamental	Les principes du marketing fondamental	60	Pratique et écrite	Ps Pt	4	C	G	
06	Exploiter les aspects légaux et éthiques du digital	Les aspects légaux et éthiques du digital	45	Pratique et écrite	Ps	3	C	G	
07	Utiliser les données sur le comportement des consommateurs	Les données sur le comportement des consommateurs	60	Pratique Écrite	Ps Pt	4	C	G	
08	Développer les stratégies de contenus	Développement des stratégies de contenus	150	Pratique Écrite	Ps Pt	10	C	P	
09	Elaborer le mix digital	Elaboration du mix digital	60	Pratique Écrite	Ps Pt	4	C	P	
10	Organiser les évènements en ligne	Organisation des évènements en ligne	120	Pratique Écrite	Ps Pt	8	C	P	
11	Gérer une plateforme digitale	Gestion d'une plateforme digitale	90	Pratique et écrite	Ps Pt	6	C	P	
12	Gérer la E-réputation	Gestion de la E-réputation	90	Pratique et écrite	Ps Pt	6	C	P	

13	Rechercher un emploi	Entreprenariat	45	Pratique et écrite	Ps Pt	3	S	P	
14	S'intégrer en milieu professionnel	Intégration en milieu de travail	315	Pratique et écrite	Ps Pt	21	S	P	
Total			**1 215**			**81**			

TABLEAU 2 : SYNTHÈSE DU PROGRAMME DE FORMATION

IV.6. STRATEGIES PEDAGOGIQUES

Selon le cas, le processus d'acquisition de compétences est illustré par les schémas ci-dessous.



IV.7. PRÉSENTATION DU CHRONOGRAMME

Le chronogramme de réalisation de la formation est une représentation schématique de l'ordre selon lequel les compétences devraient être acquises et de la répartition dans le temps des activités d'enseignement, d'apprentissage et d'évaluation. Il assure une planification globale de l'ensemble du référentiel de formation et permet de voir l'articulation qui existe entre les compétences. Ce type de planification vise à assurer une certaine cohérence et une progression des apprentissages.

Le chronogramme s'inspire du logigramme de la séquence d'acquisition des compétences présenté dans le référentiel de formation. À cette étape, il est réalisé dans le but de donner une idée globale du déroulement de la formation. Le chronogramme devient en quelque sorte une seconde version plus détaillée du logigramme.

Le chronogramme permet de décrire en détail le déroulement de la formation et de préciser les modalités selon lesquelles des thèmes autres que la formation reliée au métier (la formation générale par exemple) peuvent être intégrés à la formation. C'est à l'aide du chronogramme que les personnes travaillant à la planification pédagogique (responsables pédagogiques, formateurs de la spécialité, etc.) pourront tenir compte, pour une compétence donnée, des apprentissages déjà effectués, de ceux qui se déroulent en parallèle et de ceux à venir. La position retenue aura une incidence déterminante sur l'ensemble des choix pédagogiques ultérieurs.

Le chronogramme sert également à établir une base de répartition dans le temps des activités d'enseignement et d'apprentissage. Cette répartition implique la prise en considération de la nature et des contraintes associées à la réalisation des activités d'enseignement, d'apprentissage et d'évaluation. En conséquence, le chronogramme ici présenté repose sur une situation type et devra être ajusté en fonction de la situation réelle de chaque structure de formation, voire de chaque période de l'année, et en fonction des contraintes locales.

	Compétences particulières						Compétences générales								
Numéro	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**14**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**13**	**T**
Durée (H)	**150**	**60**	**120**	**90**	**90**	**315**	**30**	**45**	**45**	**60**	**60**	**45**	**60**	**45**	**1215**
Semaine															
1							30								**30**
2								15	10	10					**35**
3								10	15	10					**35**
4								15	10	10					**35**
5								10	10	15					**35**
6										10	10	5	10		**35**
7											10	10	15		**35**
8											15	10	10		**35**
9											15	10	10		**35**
10											10	10	15		**35**
11	20	5		10											**35**
12	20	5		10											**35**
13	20	5		10											**35**
14	15	5		15											**35**
15	15	5		15											**35**
16	15	5		15											**35**
17	15	10		10											**35**
18	15	15		5											**35**
19	15	5	15												**35**
20			20		15										**35**
21			20		15										**35**
22			20		15										**35**

23			20		15										**35**
24			20		15										**35**
25			5		15									15	**35**
26														30	**30**
27						40									**40**
28						40									**40**
29						40									**40**
30						40									**40**
31						40									**40**
32						40									**40**
33						40									**40**
34						35									**35**
TOTAL	**150**	**60**	**120**	**90**	**90**	**315**	**30**	**45**	**45**	**60**	**60**	**45**	**60**	**45**	**1215**

DEUXIEME PARTIE : SUGGESTIONS PEDAGOGIQUES

IV.8. PRESENTATION DES FICHES DE SUGGESTION PEDAGOGIQUES

Les suggestions pédagogiques pour le métier de Community Manager, présentées sous forme de fiches, reprennent l'énoncé de la compétence, lequel est accompagné d'informations complémentaires telles que le numéro de la compétence et la durée allouée pour son acquisition.

Les fiches de suggestions pédagogiques renseignent sur la position, le rôle et la démarche particulière de chaque compétence. Elles fournissent ensuite une liste des savoirs liés à chaque compétence ainsi que leurs balises, lesquelles renseignent sur l'étendue ou sur les limites des savoirs en cause. Enfin, elles contiennent des suggestions d'activités d'enseignement et d'apprentissage de façon à couvrir l'ensemble des savoirs liés à la compétence et des éléments qui s'y rapportent.

COMPETENCE 01 : **SE SITUER AU REGARD DU METIER ET DE LA FORMATION**

<table>
<tr><td colspan="3">COMPETENCE N°1 : Se situer au regard du métier et de la formation</td></tr>
<tr><td>NUMERO : 1</td><td colspan="2">DUREE D’APPRENTISSAGE : 30heures</td></tr>
<tr><td>MODULE ASSOCIE</td><td colspan="2">Métier et formation</td></tr>
<tr><td colspan="3">FONCTION ET POSITION DE LA COMPETENCE</td></tr>
<tr><td colspan="3">Ce module est le tout premier par lequel l’apprenant amorcera sa formation en Communauty Manager. Il vise à informer sur les différents aspects de ce métier au regard du marché de l’emploi et sur la démarche de formation. L’obtention de ces informations permettra à l’apprenant de s’auto-évaluer en comparaison de sa personnalité, de son désir, de ses aptitudes en vue de confirmer sa participation au programme de formation.</td></tr>
<tr><td colspan="3">DEMARCHE PARTICULIERE A LA COMPETENCE
Il est suggéré de répartir le temps d’apprentissage selon les proportions suivantes :
1. S’informer sur le métier : 40 %
2. S’informer sur le programme de formation et engagement de la démarche : 40 %
3. Evaluer et confirmer son engagement : 20 %
Il est suggéré de respecter l’ordre des éléments, tel que décrit dans le référentiel de formation.</td></tr>
<tr><td>Savoirs liés à la compétence</td><td>Balises</td><td>Activités d’enseignement et d’apprentissage</td></tr>
<tr><td colspan="3">1. S’informer sur le métier</td></tr>
<tr><td>1.1 Recueillir les données sur la nature et sur les exigences du métier</td><td>• Nature du métier
• Exigences du métier</td><td rowspan="2">Par des exposés, à l’aide de la documentation, de conférences, l’apprenant sera informé sur le métier.</td></tr>
<tr><td>1.2 Inventorier les habiletés, aptitudes, attitudes nécessaires pour pratiquer le métier</td><td>• Habiletés
• Aptitudes
• Attitudes</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td colspan="3">COMPETENCE N°1 : Se situer au regard du métier et de la formation</td></tr>
<tr><td>NUMERO : 1</td><td colspan="2">DUREE D’APPRENTISSAGE : 30heures</td></tr>
<tr><td>MODULE ASSOCIE</td><td colspan="2">Métier et formation</td></tr>
<tr><td>1.3 Identifier les particularités du milieu professionnel</td><td>• Éléments de compétence
• Conditions de réussite
• Critères de participation
• Conditions d’encadrement
•</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="3">2. S’informer sur le programme de formation et engagement de la démarche</td></tr>
<tr><td>2.1 Collecter les informations sur le programme, la démarche de formation et d’évaluation</td><td>• Compétences
• Tâches
• Aptitudes
• Connaissances
• Habiletés
• Démarche de formation
• Stratégie d’évaluation</td><td rowspan="2">Par des exposés, à l’aide de la documentation, de conférences, l’apprenant sera informé de la pertinence du programme de formation, des conditions de réussite et du mode d’évaluation. Ils seront également motivés à entreprendre les activités proposées.</td></tr>
<tr><td>2.2 Apprécier la formation</td><td>• Points forts
• Limites de la formation</td></tr>
<tr><td colspan="3">3- Evaluer et confirmer son engagement.</td></tr>
</table>

COMPETENCE N°1 : Se situer au regard du métier et de la formation		
NUMERO : 1	**DUREE D'APPRENTISSAGE : 30heures**	
MODULE ASSOCIE	**Métier et formation**	
3.1 Distinguer les aptitudes des champs d'intérêt.	• Différence entre ce que l'on aime et la possibilité que l'on a de le réaliser.	Le formateur à travers des exposés doit permettre aux apprenants d'avoir une vision juste du métier et de la formation Il doit fournir aux apprenants les moyens d'évaluer avec honnêteté et objectivité leur orientation professionnelle.
3.2 Décrire les raisons de son choix de poursuite de la formation.	• Autoévaluation. • Raisons motivant la décision.	
3.3 Décrire les principaux éléments d'un rapport confirmant un choix d'orientation professionnelle.	• Résumé de ses goûts, ses aptitudes et de ses champs d'intérêt. • Résumé des exigences relatives à l'exercice du métier • Parallèle entre les deux aspects qui précèdent • Brève conclusion sur son choix d'orientation.	

COMPETENCE 02 : COMMUNIQUER EN MILIEU PROFESSIONNEL

COMPETENCE 02: Communiquer en milieu professionnel	
NUMERO : 02	**DUREE D'APPRENTISSAGE** : 45 h
MODULE ASSOCIE	**Communication en milieu professionnel**
FONCTION ET POSITION DE LA COMPETENCE	
La mise en œuvre de cette partie d'apprentissage vise à faire acquérir et à renforcer le potentiel nécessaire à tout acte de communication. Les contenus d'enseignement se définissent aussi bien en termes de connaissances transmises qu'en termes de supports et d'activités pédagogiques puisées dans les activités menées dans l'entreprise. Ils visent à constituer pour l'apprenant un capital de savoirs et de méthodes auxquels il puisse se référer.	
DEMARCHE PARTICULIERE A LA COMPETENCE	

COMPETENCE 02: Communiquer en milieu professionnel		
La répartition du temps d'apprentissage est suggérée selon les proportions suivantes : 1.S'approprier les termes et expressions indispensables pour la communication en milieu de travail :15% 2.Traiter les informations : 20% 3. Produire les messages indispensables à la vie professionnelle et sociale : 25% 4. Communiquer oralement : 20% 5. Rendre compte de son activité : 20%. Il est suggéré de respecter l'ordre des éléments, tel que décrit dans le référentiel de formation.		
Savoirs liés à la compétence	**Balises**	**Activités d'enseignement et d'apprentissage**
1.S'approprier les termes et expressions indispensables pour la communication en milieu de travail		
1.1 Utiliser la langue française de manière appropriée	• Définition des termes • Grammaire • Vocabulaire • Formulation des phrases donnant lieu à une instruction, une description de procédés, une demande ou information, une suggestion, un conseil, etc.	Par des activités pratiques écrites et orales, le formateur permet à l'apprenant d'appliquer les consignes sur les règles de grammaire et de vocabulaire dans l'usage du français et de l'anglais comme outils de communication en milieu professionnel.
1.2 To adequately make use of the english language	• Words meaning • Grammar • Vocabulary • Sentence formulation for instructions, process description, informations, application, advice, suggestions.	
2. Traiter les informations		
2.1 Elargir son vocabulaire technique	• Explication du sens des mots dans leurs contextes • Choix parmi plusieurs définitions	A partir d'une information orale, d'un texte ou d'une situation professionnelle donnée,

COMPETENCE 02: Communiquer en milieu professionnel		
	• Usages des outils lexicaux courants	l'enseignant développe la stratégie de lecture silencieuse de texte ou d'extraits, d'écoute de documents sonore, d'observation des documents audiovisuels, de commentaires des documents graphiques. Suivant cette approche, l'apprenant parvient à exploiter les informations, déterminer le sens et les idées essentielles d'un message, classer des principales manifestations thématiques.
2.2 Comprendre une situation de communication simple	• Schéma élémentaire de la communication • Différentes situations de communication • Repérage d'interlocuteurs, de message et de support de communication	
2.3 Saisir le sens global d'un texte lu	• Réponses à des questions précises sur le contenu du texte • Reformulation de tout ou d'une partie du texte	
2.4 Saisir le sens d'une information de source non écrite et en retenir le contenu	• Réponses à des questions précises de l'information • Reformulation des messages	
3.Produire les messages indispensables à la vie professionnelle et sociale		
3.1 Utiliser différents outils et supports de communication	• Exploitation des outils de communication • Utilisation du vocabulaire technique du métier • Construction raisonnée de phrases de structure simple	L'enseignant donne un sens à l'apprentissage de la communication couplé avec l'apprentissage de la discipline professionnelle, dans la pratique quotidienne des activités de l'apprenant. Cela donne l'occasion aux apprenants d'agir en communiquant par écrit.
3.2 Restituer à l'écrit une information issue de la vie courante	• Formulation d'exemples ou d'arguments par écrit, pour justifier ou contredire une affirmation • Exploitation d'un message et production des informations écrites	
3.4 Exprimer une opinion ou une appréciation à l'écrit	• Formulation de message écrit, pour partager un avis ou un sentiment par rapport à une situation donnée	
4. Communiquer oralement		
4.1 Restituer à l'oral une information issue de la vie courante	• Allocution formulée d'exemples ou d'arguments, pour justifier ou contredire une affirmation	L'enseignant donne un sens à l'apprentissage de la communication couplé avec l'apprentissage de la discipline professionnelle, dans la pratique quotidienne des activités de
4.2 Exprimer une opinion ou une appréciation à l'oral	• Formulation de message oral, pour partager un avis ou un sentiment par rapport à une situation donnée	

COMPETENCE 02: Communiquer en milieu professionnel		
		l'apprenant. Cela donne l'occasion aux apprenants d'agir en communiquant oralement.
5. **Rendre compte de son activité**		
5.1 Rendre compte par écrit ou oral des opérations effectuées	• Collecte des informations • Restitution des données • difficultés rencontrées • incidents de service, des dysfonctionnements, • solutions correctives • Justification du travail effectué.	A l'aide des activités pratiques, le formateur réitère les indications et consignes de prise de note et de rédaction du compte rendu. L'apprenant renforce ainsi sa compétence dans la communication avec ses coéquipiers, sa hiérarchie et le public.
5.2 Rédiger des rapports	• Utilisation du vocabulaire technique et des règles de grammaire • Documents techniques. • Règles techniques de rédaction ou de formulation	

COMPETENCE 03 : **PREVENIR LES ATTEINTES A LA SANTE, A LA SECURITE, A L'INTEGRITE PHYSIQUE ET L'ENVIRONNEMENT**

COMPETENCE 03 : Prévenir les atteintes à la santé, à la sécurité, à l'intégrité physique et l'environnement		
NUMERO : 03	**DUREE D'APPRENTISSAGE/D'EVALUATION : 42h/03h**	
MODULE	**Santé, à la sécurité, à l'intégrité physique et l'environnement**	
FONCTION ET POSITION DE LA COMPETENCE		
Ce module est réinvesti dans les différents modules de compétences particulières du programme de formation. Cela signifie que l'apprenant qui, à la fin de sa formation, intègre le marché du travail aura à mettre en application cette compétence dans toutes les tâches qu'il aura à accomplir sur le marché du travail. Cela se comprend étant donné que l'aspect santé et sécurité au travail rentre dans toutes les tâches pratiques à accomplir. Ce module de formation, en permettant à l'apprenant de distinguer les risques inhérents au travail de technicien en comminity manager, vise essentiellement l'acquisition d'une préoccupation constante pour l'application stricte des règles de santé et de sécurité de l'hygiène et de l'environnement dans l'exercice des tâches.		
DEMARCHE PARTICULIERE A LA COMPETENCE		
Compte tenu de l'importance des apprentissages de cette compétence, il est recommandé d'en renforcer les compétences par l'entremise des autres compétences qui y sont associées. C'est par l'entremise d'activités répétées que les éléments de la compétence seront mieux maîtrisés. En conséquence, des temps d'apprentissage réguliers et appliqués à chaque compétence sont davantage préconisés au cours d'une session intensive de formation. En misant sur cette approche, l'apprenant parviendra plus efficacement à adopter le comportement préventif souhaité Il est suggéré de répartir le temps d'apprentissage selon les proportions suivantes : 1. S'informer des lois et des règlements sur la santé et la sécurité au travail et à la gestion de l'environnement : 17% 2. Identifier les risques liés à la santé, à la sécurité et l'environnement du métier de Marketing Digital :17% 3. Appliquer des mesures préventives reliées à l'hygiène, la santé et la sécurité au travail :17% 4. Intervenir en situation d'urgence : 13% 5. Prévenir les infections transmissibles sexuellement (IST), le virus d'immunodéficience humaine (VIH/SIDA) et d'autres maladies transmissibles : 20% 6. Développer un comportement écologiquement responsable : 10% Evaluation : 6%		
Savoirs liés à la compétence	**Balises**	**Activités d'enseignement et d'apprentissage**
1. S'informer des lois et des règlements sur la santé et la sécurité au travail et à la gestion de l'environnement		

COMPETENCE 03 : Prévenir les atteintes à la santé, à la sécurité, à l'intégrité physique et l'environnement		
NUMERO : 03	**DUREE D'APPRENTISSAGE/D'EVALUATION : 42h/03h**	
MODULE	**Santé, à la sécurité, à l'intégrité physique et l'environnement**	
1.1Identifier le corpus et le dispositif juridique lié à l'Hygiène Sécurité et Environnement	• Définition des concepts relatifs au HSE • Cadre juridique et règlementaire national et international (loi, décrets, décisions, etc.) • Obligation de l'employeur • Droit et devoirs des travailleurs	Par des exposés, à l'aide de documentation, de conférences, l'apprenant sera informé du dispositif juridique relatif à la santé et la sécurité au travail, ainsi qu'à la protection de l'environnement. Il motivera les apprenants à entreprendre les activités de recherche y afférentes.
2. Identifier les risques liés à la santé, a sécurité et l'environnement du métier de comminity manager		
2.1. Identifier les risques professionnels du métier de technicien en markéting digital	• Dangers • Risques industriels (Explosion/incendie) • Risques professionnels • Pathologies et maladies professionnelles • Accidents de travail	Le formateur à travers des exposés doit permettre aux apprenants d'avoir une vision large des dangers et risques relatifs à l'exercice du métier de Community Manager L'apprenant s'exercera à travers des activités de recherche et présente devant ses pairs le résultat de ses travaux.
2.2. Identifier les Impacts et mesures environnementaux	• Impact négatif du métier sur l'environnement • Impact positif du métier sur l'environnement • Mesures environnementales	
3. Appliquer des mesures préventives reliées à l'hygiène, la santé et la sécurité au travail		
3.1. Identifier les moyens de prévention des risques de santé et de sécurité professionnelles	• Équipements de Protection Individuelle (EPI) (Lunettes anti-fatigue oculaire, repose-poignets ergonomiques, casque antibruit, filtres de confidentialité pour écran • Équipements de Protection Collective (EPC) (filtration de l'air : systèmes de ventilation et de	Le formateur à travers des exposés permettra aux apprenants d'avoir une vision juste du dispositif de prévention des risques professionnels, de la prévention des pathologies professionnelles, etc. L'apprenant s'exercera à travers des activités pratiques de gestes et postures au poste de travail.

COMPETENCE 03 : Prévenir les atteintes à la santé, à la sécurité, à l'intégrité physique et l'environnement		
NUMERO : 03	**DUREE D'APPRENTISSAGE/D'EVALUATION : 42h/03h**	
MODULE	**Santé, à la sécurité, à l'intégrité physique et l'environnement**	
	purification de l'air, gestion des câbles, éclairage, etc.) • Sécurité des installations • Sensibilisation et formation • Signalisation • Ergonomie au poste de travail	
3.2. Identifier les risques liés à la sécurité informatique et les moyens de prévention dédiés	• Menace de sécurité informatique : causes et conséquences • Risques de sécurité informatique : - Risques liés à la sécurité des données - Risques liés à la protection de la vie privée - Risque de réputation en cas de violation de la vie privée des utilisateurs - Risques liés à la fraude en ligne - Risque de réputation lié à des pratiques de marketing trompeuses ou frauduleuses • Moyens de prévention des risques de sécurité informatique • Dispositifs de sécurité informatique	Le formateur à travers des exposés permettra aux apprenants d'avoir une vision juste des risques informatiques et ses conséquences, et des moyens de préventions Il présentera aux apprenants des scénarios de cyberattaques et les apprenants s'exerceront à lister les mesures préventives requises.
4. Intervenir en cas d'urgence		
4.1. Evaluer le niveau de gravité de la situation	• Les types de situation d'urgence - Les incendies - Les explosions	Le formateur à travers des exposés permettra aux apprenants d'évaluer le niveau des risques en cas d'urgence.

COMPETENCE 03 : Prévenir les atteintes à la santé, à la sécurité, à l'intégrité physique et l'environnement		
NUMERO : 03	**DUREE D'APPRENTISSAGE/D'EVALUATION : 42h/03h**	
MODULE	**Santé, à la sécurité, à l'intégrité physique et l'environnement**	
4.2. Organiser l'intervention d'urgence	• La délimitation de la zone sinistrée • Les équipements d'urgence • Les précautions utiles • Les soins de premier secours	L'apprenant développera des attitudes, aptitudes et présente la maîtrise de l'élément de compétence à travers des exercices pratiques.
5. Prévenir les infections transmissibles sexuellement (ITS), le virus d'immunodéficience humaine (VIH/SIDA) et d'autres maladies transmissibles		
5.1. S'informer sur les maladies infectieuses	• Documents scientifiques • Les maladies infectieuses • Les risques • Les modes de transmission • Les moyens de prévention Etc.	Par des exposés, à l'aide de documentation, de conférences, l'apprenant sera informé des maladies infectieuses, des risques et modes de transmission, etc. Motiver les apprenants à entreprendre les activités de recherche y afférentes.
6. Développer un comportement écologiquement responsable		
6.1. Identifier les enjeux du développement durable	• Le numérique et les émissions de gaz à effet de serre (GES) • La consommation d'énergie liée au numérique • Le traitement des déchets électroniques et autres déchets • Identifier les éco gestes à développer, attitudes • Les paramètres et caractéristiques éco énergétiques des équipements (Choix des équipements non polluants, Eco énergiques)	Par des exposés, à l'aide de documentation, de conférences, l'apprenant sera informé de l'impact du numérique sur les changements climatiques et les Eco gestes à développer. Le formateur motivera les apprenants à entreprendre les activités de recherche y afférentes.

COMPETENCE 04 : UTILISER LES NOTIONS DE BASE EN INFORMATIQUE

COMPETENCE : **Utiliser les notions de base en informatique**	
NUMERO : 04	**DUREE D'APPRENTISSAGE/D'EVALUATION : 56heures/ 4h**
MODULE ASSOCIE	**Les notions de base en informatique**

FONCTION ET POSITION DE LA COMPETENCE

Les apprentissages réalisés à l'intérieur de ce module devront permettre à l'apprenant de se familiariser avec l'ordinateur et son environnement. Les habiletés développées à utiliser un logiciel de traitement de texte et un tableur seront réinvesties dans d'autres compétences particulières notamment pour la rédaction de rapports et le calcul de paramètres techniques ou la lecture des panneaux de commande.

L'apprenant devra être en mesure de différencier les ports série et parallèle de façon à pouvoir brancher des périphériques. Sa capacité à naviguer sur internet sera mise à profit pour la recherche de documentation technique relative aux autres compétences. En familiarisant l'apprenant à l'environnement d'un système d'exploitation, celui-ci sera plus apte à utiliser des logiciels spécialisés.

DEMARCHE PARTICULIERE A LA COMPETENCE.

Etant donné que la maîtrise de cette compétence a une incidence sur l'acquisition de certaines compétences particulières du métier, Il est suggéré de répartir le temps d'apprentissage selon les proportions suivantes :

1. Préparer son poste de travail : **13%**
2. Utiliser les fonctions de base d'un système d'exploitation : **25%**
3. Saisir des données : **22%**
4. Monter une présentation : **17%**
5. Naviguer sur Internet : **17%**

Evaluation : **6%**

Savoirs liés à la compétence	**Balises**	**Activités d'enseignement et d'apprentissage**
1. Préparer son poste de travail		
1.1 Identification les composants d'un ordinateur	• Unité centrale et composants : microprocesseur, bloc mémoire, disque dur, cartes, lecteurs, etc. • Mémoires vive et morte. • Caractéristiques et fonctionnement du clavier, de la souris, du numériseur, du moniteur, de l'imprimante, du lecteur de disquettes, du lecteur de cédéroms, etc.	Le formateur présentera aux apprenants un ordinateur complet et montrera à ces derniers comment connecter les périphériques, ainsi que leur installation. Après avoir fait des

1.2 Branchement de l'unité centrale et des périphériques	• Localisation des ports de branchement des périphériques extérieurs standard et spécialisé • Consignes de sécurité • Fermeture de l'alimentation de l'ordinateur : • risques pour la santé (chocs électriques) • risques pour les appareils et les composants sous tension.	démonstrations, le formateur s'assurera que les apprenants par le biais d'exercices répétés maîtrisent l'exécution de ces opérations. le formateur s'assurera que les apprenants, par le biais d'exercices répétés, maîtrisent l'exécution de ces opérations.
1.3. Assemblage des composants	□ Étapes pour l'assemblage des composants matériels □ Assemblage et test d' un ordinateur personnel selon les normes □ Réalisation de l'assemblage d'un micro-ordinateur en respectant les règles de sécurité	Par le biais d'un exposé, le formateur montrera aux apprenants Étapes pour l'assemblage, Réalisation de l'assemblage d'un micro-ordinateur
2. Utiliser les fonctions de base d'un système d'exploitation		
2.1 Utiliser un logiciel d'exploitation.	• Principaux composants d'un système d'exploitation • Utilisation d'un système d'exploitation	Par des exercices répétés, le formateur montrera aux apprenants comment utiliser un logiciel d'exploitation, créer des dossiers, enregistrer et classer des fichiers
2.2 Gestion des dossiers et classer des fichiers	• Structure hiérarchique d'un classement : dossiers, répertoires, sous-répertoires, fichiers etc… • Création de dossiers, répertoires et sous-répertoires. • Enregistrement de fichiers. • Mode d'accès, changement de nom, déplacement, copie et suppression, etc.	
2.3 Application des mesures de protection des données.	• Importance des copies de sécurité. • Appareils de sauvegarde, fonctionnement et caractéristiques : disque rigide, CD, clé USB etc.	
3. Saisir des données		

3.1 Utiliser un logiciel de traitement de texte et un tableur.	• Fonctions de base d'un logiciel de traitement de texte • Caractéristiques d'un tableur • Fonctions de base d'un tableur • Raccourcis clavier	Après avoir fait des démonstrations de saisie, de traitement de texte et un tableur, le formateur s'assurera que les apprenants, par le biais d'exercices répétés, maîtrisent l'exécution de ces opérations.
3.2 Sauvegarder et imprimer des documents.	• Procédure de sauvegarde de documents. • Identification de l'imprimante, nombre de copies, choix du format, etc. • Raccourcis clavier	
4. Monter une présentation		
4.1 Manipuler des fichiers de présentation	• Fonctions de base de logiciel de présentation de texte : (Power point et Publisher) • Création de fichiers et d'animations • Raccourcis clavier	Après avoir fait des démonstrations de saisie, de traitement de texte de présentation d'un texte, ou de réalisation de documents, le formateur s'assurera que les apprenants, par le biais d'exercices répétés, maîtrisent l'exécution de ces opérations.
4.2 Utiliser les fonctions de base d'un logiciel de présentation	□ Ouverture d' un logiciel de présentation □ Création d' une nouvelle présentation et insertion des diapositives. □ Ajout du texte, des images, des formes et des graphiques. □ Application d' une mise en forme cohérente □ Utilisation d' un thème ou un modèle de présentation. □ Enregistrement et lancement de diaporama.	
5. Naviguer sur internet		
5.1 Utiliser le moteur de recherche	• Caractéristiques d'un logiciel de navigation • Moteurs de recherche • Procédures de sauvegarde des informations trouvées.	

5.2 Localiser l'information.	□ Lecture de consigne de recherche d'information □ Identification des mots-clés utiles à la recherche □ Extraction d' une information à partir d'un support donné □ Vérification de la pertinence et la fiabilité de l'information localisée	Par un exposé, le formateur donnera aux apprenants les différents moteurs de recherche tout en leur expliquant comment fonctionne le courrier électronique
5.3.Télécharger les fichiers	□ Identification d' un lien de téléchargement fiable □ Téléchargement de différents types de fichiers □ Choix d'un emplacement de sauvegarde □ Ouverture et vérification le fichier téléchargé □ Respect les consignes de sécurité numérique (éviter les virus et logiciels malveillants)	Après avoir fait des démonstrations en identifiant un lien de téléchargement fiable, le formateur s'assurera que les apprenants, par le biais d'exercices répétés, maîtrisent l'exécution de ces opérations.

COMPETENCE 05 : **APPLIQUER LES PRINCIPES DU MARKETING FONDAMENTAL**

<table>
<tr><td colspan="3">COMPETENCE : Appliquer les principes du marketing fondamental</td></tr>
<tr><td colspan="2">NUMERO : 05</td><td>DUREE D’APPRENTISSAGE/D’EVALUATION : 56heures/ 4h</td></tr>
<tr><td colspan="2">MODULE ASSOCIE</td><td>Les principes du marketing fondamental</td></tr>
<tr><td colspan="3">FONCTION ET POSITION DE LA COMPETENCE
Les apprentissages réalisés à l’intérieur de ce module devront permettre à l’apprenant de se familiariser avec l’ordinateur et son environnement. Les habiletés développées à utiliser un logiciel de traitement de texte et un tableur seront réinvesties dans d’autres compétences particulières notamment pour la rédaction de rapports et le calcul de paramètres techniques ou la lecture des panneaux de commande.
L’apprenant devra être en mesure de différencier les ports série et parallèle de façon à pouvoir brancher des périphériques. Sa capacité à naviguer sur internet sera mise à profit pour la recherche de documentation technique relative aux autres compétences. En familiarisant l’apprenant à l’environnement d’un système d’exploitation, celui-ci sera plus apte à utiliser des logiciels spécialisés.</td></tr>
<tr><td colspan="3">DEMARCHE PARTICULIERE A LA COMPETENCE.</td></tr>
<tr><td colspan="3">Etant donné que la maîtrise de cette compétence a une incidence sur l’acquisition de certaines compétences particulières du métier, Il est suggéré de répartir le temps d’apprentissage selon les proportions suivantes :
1. Comprendre les besoins et désirs du consommateur : 17%
2. Appliquer les fondamentaux du marketing numérique : 17%
3. Développer une stratégie marketing : 25%
4. Identifier les personas et cibler les audiences :17%
5. Exploiter le positionnement et le marketing. Mix :25%
Evaluation : 6%</td></tr>
<tr><td>Savoirs liés à la compétence</td><td>Balises</td><td>Activités d’enseignement et d’apprentissage</td></tr>
<tr><td colspan="3">1. Comprendre les besoins et désirs du consommateur</td></tr>
<tr><td>Déterminer les attentes spécifiques des clients</td><td>• Techniques d’identification des attentes des clients
• Segmentation et personnalisation des offres
• Evaluation et ajustement des stratégies</td><td rowspan="2">Par l'entremise d’exposés et/ou d'études de cas, le formateur présente aux apprenants les différentes techniques d’identification des besoins du client ainsi que les outils disponibles.</td></tr>
<tr><td>Utiliser les outils pratiques et accessibles</td><td>• Outils de productivité et de collaboration
• Outils de marketing et de création de contenu
• Outils d’analyse et de reporting</td></tr>
</table>

Identifier les motivations des consommateurs	• Méthodes d'identification des motivations des consommateurs • Application des connaissances sur les motivations à la stratégie • Ajustement des stratégies basées sur les motivations	L'apprenant, par le biais d'exercices, développe sa capacité de recherche et d'exploitation d'informations pertinentes et devant ses pairs il expose le résultat de ses travaux d'apprentissage. Le formateur encadre les activités des apprenants afin d'assurer l'intégration des apprentissages.
2. Appliquer les fondamentaux du marketing numérique		
Comprendre le comportement des utilisateurs	• Méthodes de recherche pour comprendre le comportement des utilisateurs • Application de la compréhension du comportement des utilisateurs au design et au marketing • Optimisation des stratégies basées sur le comportement des utilisateurs	Par des exercices répétés, le formateur montrera aux apprenants comment identifier les principes de base du marketing numérique. Le formateur encadre les activités des apprenants afin d'assurer l'intégration des apprentissages Les apprenants prennent note, posent des questions et appliquent les activités présentées par le formateur.
Identifier les principes de base du marketing numérique	• Définition • Identification des principes de base du marketing numérique • Cas pratique	
3. Développer une stratégie marketing		
Evaluer de la pertinence des actions	• Évaluation de la pertinence des actions marketing • Outils et techniques de mesure de la pertinence • Analyse des résultats et ajustements des stratégies • évaluation globale et prise de décisions stratégiques	Le formateur fournit les données, des études de cas réelles ou imaginaires sur le développement d'une stratégie marketing. Les apprenants prennent note, posent des questions et appliquent les activités présentées par le formateur.
Mesurer les indicateurs de performance	• Définition et mesure des keys performance indicators (KPI) • Analyse et interprétation des kpi • Optimisation basée sur les kpi	
Améliorer la visibilité	• Stratégies en ligne pour améliorer la visibilité	

	• Stratégies hors ligne pour améliorer la visibilité • Analyse et optimisation de la visibilité	
4. identifier les personnes et cibler les audiences personnes		
Créer le profils de personnes et le segments de marché	• Création de profils de personnes • Création de segments de marché • Utilisation des personnes et segments de marché	
Segmenter les audiences en groupes distincts	• Méthodes de segmentation • Analyse et validation des segments • Application des segments et stratégies marketing	
5. Exploiter le positionnement et le marketing. Mix		
Gestion de la communication et le positionnement	• Développement de la stratégie de communication • Positionnement de la marque • Evaluation et ajustement des stratégies	Par des exercices répétés, le formateur présentera aux apprenants le positionnement et le mix marketing. Le formateur encadre les activités des apprenants afin d'assurer l'intégration des apprentissages. Les apprenants prennent note, posent des questions et appliquent les activités présentées par le formateur.
Création d'une connexion émotionnelle avec les clients	• Création de contenu émotionnel • Développement de l'expérience client émotionnelle • Mesure et optimisation de la connexion émotionnelle	
Adoption du marketing mix aux besoins. du marché cible	• Adaptation du produit • Ajustement du prix • Adaptation de la distribution et de la promotion	

COMPETENCE 06 : **EXPLOITER LES ASPECTS LEGAUX ET ETHIQUES DU DIGITAL**

COMPETENCE : **Exploiter les aspects légaux et éthiques du digital**	
NUMERO : 06	**DUREE D'APPRENTISSAGE/D'EVALUATION** : 42**heures/ 3h**
MODULE ASSOCIE	**Les aspects légaux et éthique du digital**

FONCTION ET POSITION DE LA COMPETENCE

Les apprentissages réalisés à l'intérieur de ce module devront permettre à l'apprenant l'exploitation des aspects légaux et éthiques du digital est de développer une compréhension approfondie des lois, d'adopter une approche éthique dans l'utilisation des technologies, et de se former continuellement pour s'adapter aux changements dans ce domaine. Elle arrive à la 6ème position des compétences générales.

DEMARCHE PARTICULIERE A LA COMPETENCE.

Etant donné que la maîtrise de cette compétence a une incidence sur l'acquisition de certaines compétences particulières du métier, Il est suggéré de répartir le temps d'apprentissage selon les proportions suivantes :

1. Appliquer les règlementations en vigueur : 31%
2. Appliquer les meilleures pratiques en matière de sécurité des données : 31%
3. Exploiter les données sur la propriété intellectuelle :31%

Evaluation : 7 %

Savoirs liés à la compétence	**Balises**	**Activités d'enseignement et d'apprentissage**
1. **Appliquer les règlementations en vigueur**		
S'approprier des lois et de la réglementation	• Réglementation en publicité et promotion • Protection des données personnelles • Pratiques de conformité et mise en œuvre	Par l'entremise d'exposés et/ou d'études de cas, le formateur présente aux apprenants les lois et règlements qui encadrent le domaine du digital. L'apprenant, par le biais d'exercices, développe sa capacité de recherche et d'exploitation d'informations pertinentes et devant ses pairs, il expose le résultat de ses travaux d'apprentissage. Le formateur encadre les activités des apprenants afin d'assurer l'intégration des apprentissages..
Exploiter la conformité aux normes et aux lois en vigueur	• Mise en œuvre des pratiques conformes • Surveillance et audit de la conformité • Cas pratiques et application des connaissances	
Adopter les acquisitions aux besoins spécifiques	• Conception de plans d'acquisition personnalisés • Évaluation et optimisation des stratégies d'acquisition	

	• Application des connaissances et présentation des projets	
2. **Appliquer les meilleures pratiques en matière de sécurité des données**		
Identifier les mesures de sécurité	• Mesures de sécurité physique et technologique • Mesures de sécurité organisationnelles et opérationnelles • Application des mesures de sécurité et présentation des projets	Par l'entremise d'exposés et/ou d'études de cas, le formateur présente aux apprenants les mesures en matière de sécurité des données. L'apprenant, par le biais d'exercices, développe sa capacité de recherche et d'exploitation d'informations pertinentes et devant ses pairs, il expose le résultat de ses travaux d'apprentissage. Le formateur encadre les activités des apprenants afin d'assurer l'intégration des apprentissages..
Appliquer les mesures de sécurité	• Mesures de sécurité physique et technologique • Mesures de sécurité organisationnelles et opérationnelles • Application des mesures de sécurité et présentation des projets	
3. **Exploiter les données sur la propriété intellectuelle**		
Identifier les divers cadres réglementaires	• Cadres réglementaires spécifiques • Mise en conformité avec les cadres réglementaires • Analyse et application des cadres réglementaires	Par l'entremise d'exposés et/ou d'études de cas, le formateur présente aux apprenants les divers cadres réglementaires sur la propriété intellectuelle. L'apprenant, par le biais d'exercices, développe sa capacité de recherche et d'exploitation d'informations pertinentes et devant ses pairs, il expose le résultat de ses travaux d'apprentissage. Le formateur encadre les activités des apprenants afin d'assurer l'intégration des apprentissages..
Identifier les différents droits de propriété	• Droits d'auteur • Brevets et marques • Application et gestion des droits de propriété	
Protéger les droits d'auteur	• Méthodes de protection des droits d'auteur • Gestion et renforcement des droits d'auteur • Application pratique et études de cas	

COMPETENCE 07 : UTILISER LES DONNEES SUR LE COMPORTEMENT DES CONSOMMATEURS	
NUMERO : 7	**DUREE D'APPRENTISSAGE/D'EVALUATION** : **56 heures/04heures**
MODULE	**Les données sur le comportement des consommateurs**

FONCTION ET POSITION DE LA COMPETENCE

Ce module de compétence générale permet à l'apprenant de comprendre les consommateurs, d'interpréter les données, de personnaliser les actions marketing, de prendre des décisions éclairées. Cette compétence est fondamentale pour développer une approche centrée sur le client et pour maximiser l'impact des efforts marketing dans le domaine du comminity manager. Elle permet à l'apprenant de mieux comprendre son marché, de prendre des décisions éclairées, ce qui lui garantit un avantage concurrentiel sur le marché. Elle permet à l'apprenant d'adopter une approche plus axée sur les données dans la mise en œuvre de ses activités de marketing digital, ce qui favorise des résultats plus efficaces et une meilleure compréhension de son public cible. Elle est en cinquième position du programme de formation, pour permettre aux apprenants d'acquérir des notions devant être utilisées lors de l'acquisition des compétences particulières.

Les connaissances et habiletés acquises dans ce module seront réinvesties et mises à contribution à divers degrés lors de la réalisation des activités d'apprentissage des modules (6, 7, 8, 9, 10, 11) relatifs à « Stratégies de promotion des produits et services en ligne », « Planification des actions de marketing digital », « Création de contenu numérique », « Médias sociaux », « Référencement des moteurs de recherche », « Campagnes marketing en ligne ».

DEMARCHE PARTICULIERE A LA COMPETENCE.

Etant donné que la maîtrise de cette compétence générale joue un rôle important dans la maîtrise du programme, Il est suggéré de répartir le temps d'apprentissage selon les proportions suivantes :

1. Interpréter le comportement du consommateur pour comprendre ses préférences et ses décisions d'achat : 22%
2. Segmenter le marché en entités homogènes : 27%
3. Appliquer des principes de persuasion afin d'influencer favorablement les attitudes et les comportements des consommateurs : 22%
4. Adapter la communication : 22%

Evaluation : 7**%**.

Savoirs liés à la compétence	Balises	Activités d'enseignement et d'apprentissage

<table>
<tr><td colspan="3">COMPETENCE 07 : UTILISER LES DONNEES SUR LE COMPORTEMENT DES CONSOMMATEURS</td></tr>
<tr><td>NUMERO : 7</td><td colspan="2">DUREE D’APPRENTISSAGE/D’EVALUATION : 56 heures/04heures</td></tr>
<tr><td>MODULE</td><td colspan="2">Les données sur le comportement des consommateurs</td></tr>
<tr><td colspan="3">1. Interpréter le comportement du consommateur pour comprendre ses préférences et ses décisions d'achat</td></tr>
<tr><td>1.1. Collecter les données</td><td>• Sources de données disponibles
• Méthodes de collecte de données
• Éthique de la collecte de données</td><td rowspan="3">Par l’entremise des exposés et des études de cas, le formateur introduit les concepts de collecte des données et du comportement de consommateur (besoins, motivations, attitudes, personnalité, parcours du consommateur) et explique les facteurs influençant les décisions d'achat des consommateurs
Le formateur fournit les données des études de cas réelles ou imaginaires sur le comportement des consommateurs et les apprenants les interprètent pour identifier les tendances qui influencent les décisions d'achat.
Les apprenants sélectionnent un produit ou un service spécifique qui leur a été montré par le formateur et mènent une analyse approfondie du marché.</td></tr>
<tr><td>1.2. Identifier les facteurs d’influence et de décision des consommateurs</td><td>• Besoins et de désirs des consommateurs
• Processus de prise de décision
• Facteurs externes et internes
• Tendances et évolutions du marché</td></tr>
<tr><td>1.3. Utiliser les outils d’analyse des données comportementales</td><td>• Outils d'analyse
• Interprétation des données comportementales
• Interprétation des données des performances
• Utilisation des données comportementales pour prendre des décisions</td></tr>
<tr><td colspan="3">2. Segmenter le marché en entités homogènes</td></tr>
<tr><td>2.1. Identifier les segments du marché</td><td>• Bases de la segmentation du marché
• Critères de segmentation
• Processus de segmentation
• Profilage des segments</td><td>A travers des exposés, le formateur présente et explique les concepts de base de la segmentation du marché et de regroupement des consommateurs, les critères et techniques de</td></tr>
</table>

COMPETENCE 07 : UTILISER LES DONNEES SUR LE COMPORTEMENT DES CONSOMMATEURS		
NUMERO : 7	**DUREE D'APPRENTISSAGE/D'EVALUATION : 56 heures/04heures**	
MODULE	**Les données sur le comportement des consommateurs**	
	• Stratégies de marketing ciblé	segmentation du marché et de regroupement des consommateurs. Le formateur demande aux apprenants de cibler quelques produits ou services sur le marché et d'identifier les segments de consommateurs auxquels ils s'adressent. Le formateur présente aux apprenants des études de cas réels ou virtuels sur la segmentation de marché. Il leur demande d'identifier les critères de segmentation utilisés et de proposer des techniques de marketing adaptées à chaque segment identifié. Le formateur divise les apprenants en groupes et leur attribue un produit ou un service spécifique. Il demande à chaque groupe de segmenter le marché pour ce produit ou service en utilisant différents critères (âge, sexe, lieu de résidence, comportement d'achat, etc.). Ils devraient ensuite présenter leurs résultats à la classe et discuter des implications pour la stratégie marketing.
2.2. Identifier les groupes de consommateurs de caractéristiques identiques	• Définition et méthodes d'identification des groupes de consommateurs • Profilage des groupes de consommateurs sur le marché • Le ciblage des groupes et personnalisation des actions • Interprétation des données pour l'identification des groupes de consommateurs • Profilage des groupes de consommateurs • Utilisation des profils pour le marketing ciblé	
3. Appliquer des principes de persuasion afin d'influencer favorablement les attitudes et les comportements des consommateurs		
3.1. Interpréter les principes d'influence des attitudes et des comportements des consommateurs	• Présentation des concepts de base des attitudes et des comportements des consommateurs	Par l'entremise des exposés ou des études de cas le formateur fait la présentation des concepts clés de la psychologie du consommateur et des

COMPETENCE 07 : UTILISER LES DONNEES SUR LE COMPORTEMENT DES CONSOMMATEURS		
NUMERO : 7	**DUREE D'APPRENTISSAGE/D'EVALUATION : 56 heures/04heures**	
MODULE	**Les données sur le comportement des consommateurs**	
	• Présentation des principes d'influence dans le marketing • Facteurs d'influences des attitudes et des comportements des consommateurs • Techniques d'influence des attitudes et des comportements des consommateurs • Application pratique des principes d'influence	principes d'influence. Il explique les différents facteurs qui influencent les attitudes et les comportements des consommateurs et il achève avec l'introduction aux techniques de marketing et à leur impact sur les décisions d'achat. Le formateur organise des études de cas interactives où les apprenants peuvent identifier les différentes campagnes de marketing qui ont utilisé des principes de persuasion. Ils peuvent discuter des stratégies utilisées, des résultats obtenus et des leçons apprises. Le formateur divise les apprenants en petits groupes et leur attribue la tâche de concevoir une campagne publicitaire pour un produit ou un service spécifique. Ils devront intégrer des principes de persuasion dans leur stratégie et présenter leurs idées à la classe. Le formateur montre aux apprenants des publicités existantes et leur demande d'identifier les techniques de persuasion utilisées.
3.2. Utiliser les techniques de persuasion	• Principes de base des techniques de persuasion • Adaptation des techniques de persuasion • Éthique de l'utilisation des techniques de persuasion dans le marketing numérique • Application pratique des techniques de persuasion	
3.3. Consigner les résultats de la persuasion des consommateurs sur les attitudes et les comportements des consommateurs	• Notions de résultats de persuasion dans le domaine du marketing numérique • Méthodes de consignation des résultats • Collecte et interprétation des données • Indicateurs de mesure • Communication claire et concise des résultats	
4. Adapter la communication au public cible		
4.1. Déterminer les caractéristiques comportementales du public cible	• Concept de public cible en marketing digital • Segmentation du public cible • Sources de données sur le public cible	Par l'entremise des exposés ou des études de cas le formateur présente l'importance de la définition du public cible et les différentes caractéristiques

COMPETENCE 07 : UTILISER LES DONNEES SUR LE COMPORTEMENT DES CONSOMMATEURS		
NUMERO : 7	**DUREE D'APPRENTISSAGE/D'EVALUATION** : **56 heures/04heures**	
MODULE	**Les données sur le comportement des consommateurs**	
	• Caractéristiques comportementales et les préférences du public cible • Interprétation des données collectées sur les comportements du public cible • Processus de création de profils de public cible • Profils dans la communication	comportementales à prendre en compte. Il explique les méthodes de collecte et d'analyse de données sur le comportement des consommateurs. Le formateur propose aux apprenants des études de cas basées sur des scénarios réels où ils doivent adapter la communication en fonction du public cible. Par exemple, ils pourraient être confrontés à des situations où ils doivent créer des messages publicitaires pour différents segments de marché avec des intérêts et des comportements différents.
4.2. Sélectionner les canaux de communication appropriés du contenu de message et du ton	• Canaux de communication. • Alignement du contenu du message • Ton de communication • Outils de gestion de contenu • Indicateurs des performances	

COMPETENCE 08 : **DEVELOPPER LES STRATEGIES DE CONTENU**

COMPETENCE 08 : **Développer les stratégies de contenu**	
NUMERO : 08	**DUREE D'APPRENTISSAGE/D'EVALUATION** : 135**heures/ 15h**
MODULE ASSOCIE	**Développement des stratégies de contenu**

FONCTION ET POSITION DE LA COMPETENCE

Les apprentissages réalisés à l'intérieur de ce module devront permettre à l'apprenant le développement des stratégies de contenu consiste à analyser la cible, élaborer une ligne éditoriale, créer du contenu pertinent, optimiser pour le SEO, mesurer les performances, et s'adapter aux évolutions du marché. Elle arrive à la 8ème position des compétences particulières

DEMARCHE PARTICULIERE A LA COMPETENCE.

Etant donné que la maîtrise de cette compétence a une incidence sur l'acquisition de certaines compétences particulières du métier, Il est suggéré de répartir le temps d'apprentissage selon les proportions suivantes :

1. Élaborer une stratégie de contenu : 17%
2. Rédiger le contenu persuasif :13%
3. Concevoir des visuels attrayants : 20%
4. Développer une stratégie de médias sociaux : 17%
5. Produire du contenu vidéo captivante : 20%
6. Publier du contenu : 13%

Evaluation : 10%

Savoirs liés à la compétence	**Balises**	**Activités d'enseignement et d'apprentissage**
1. **Élaborer une stratégie de contenu**		
Identifier les besoins et les attentes de persona en matière de contenu	• Analyse des besoins et attentes des Personas • Application et validation des Personas • Cas pratiques	Par l'entremise d'exposés et/ou des exemples, le formateur présente aux apprenants les différentes stratégies de contenu ainsi que les techniques d'élaboration de ces stratégies. L'apprenant écoute, pose des questions, exécute les consignes, prend des notes, échange avec d'autres apprenants, participe aux synthèses, note la synthèse.
Déterminer les types de contenu appropriés	• Types de contenu • Type de contenu en fonction des objectifs et de l'audience • Création et adaptation des types de contenu	

		Le formateur encadre les activités des apprenants afin d'assurer l'intégration des apprentissages.
2. **Rédiger le contenu persuasif**		
Utiliser un langage simple et accessible	• Techniques de rédaction et adaptation du langage • Évaluation et pratique du langage simple • Cas pratique	Par l'entremise d'exposés et/ou des exemples, le formateur présente aux apprenants les techniques de rédaction d'un contenu persuasif. L'apprenant écoute, pose des questions, exécute les consignes, prend des notes, échange avec d'autres apprenants, participe aux synthèses, note la synthèse. Le formateur encadre les activités des apprenants afin d'assurer l'intégration des apprentissages.
Adapter le contenu à l'audience cible	• Adapter le ton et le message • Contenu visuel et multimédia • Mesure et Optimisation	
Utiliser un langage évocateur qui suscite des émotions spécifiques	• Compréhension des émotions en communication • Techniques de langage évocateur • Adapter le langage évocateur à l'audience • Pratique avancée et optimisation	
3. **Concevoir des visuels attrayants**		
Choisir des outils et les logiciels adaptés à la création de visuels numériques	• Visuels numériques et leurs applications • Présentation des principaux outils et logiciels • Choisir l'outil adapté à vos besoins • Prise en main et pratique des outils	Le formateur présente les objectifs de la séquence. Il fait constituer des groupes de travail, donne des consignes de travail portant sur la conception des visuels numériques attrayants. Il coordonne les TP, les activités de groupe, organise des mises en commun des productions de groupes, apporte des compléments d'information, supervise la synthèse. L'apprenant écoute, pose des questions, exécute les consignes, prend des notes, échange avec d'autres apprenants, présente la production du groupe, participe à la mise en commun en plénière, participe aux synthèses, note la synthèse.
Appliquer les principes de base du design graphique	• Principes de base du design graphique • Application pratique des principes de design graphique • Exploration des outils et ressources pour le design graphique • Projet pratique et optimisation	
Utiliser des visuels	• Importance des visuels en communication • Sélection et création de visuels impactants	

	• Intégration des visuels dans différents supports de communication • Optimisation et évaluation de l'impact des visuels	
4. **Développer une stratégie de médias sociaux**		
Choisir les plateformes de médias sociaux	• Plateformes de médias sociaux • Stratégie de contenu adaptée aux plateformes • Efficacité des plateformes choisies	Le formateur présente les objectifs de la séquence. Il fait constituer des groupes de travail, donne des consignes de travail portant sur le développement d'une stratégie de média sociaux. Il coordonne les TP, les activités de groupe, organise des mises en commun des productions de groupes, apporte des compléments d'information, supervise la synthèse. L'apprenant écoute, pose des questions, exécute les consignes, prend des notes, échange avec d'autres apprenants, présente la production du groupe, participe à la mise en commun en plénière, participe aux synthèses, note la synthèse.
Définir un plan de contenu	• Importance d'un plan de contenu • Création du calendrier éditorial • Gestion et optimisation du contenu	
Identifier les types de contenu à publier	• Différents types de contenu • Alignement du contenu avec les objectifs marketing • Planification et création du contenu	
Déterminer de la fréquence de publication sur les médias sociaux	• Fréquence de publication • Outils et stratégies pour gérer la fréquence de publication • Évaluation et ajustement de la fréquence de publication	
5. **Produire du contenu vidéo captivant**		
Utiliser les techniques de production vidéo	• Production vidéo • Pré-production : Planification et scénarisation • Production : Techniques de tournage et direction • Post-production : Montage et effets	Le formateur présente les objectifs de la séquence. Il fait constituer des groupes de travail, donne des consignes de travail portant sur la production du contenu vidéo captivant. Il coordonne les TP, les activités de groupe, organise des mises en commun des productions de groupes, apporte des compléments d'information, supervise la synthèse. L'apprenant écoute, pose des questions, exécute les consignes, prend des notes, échange avec d'autres
Rédiger le scénario et le storyboard	• Scénarisation • Rédaction du scénario • Création du storyboard	

Calibrer le style et du ton de la vidéo à la cible visée	• Style et au ton de la vidéo • Analyse de la cible • Adaptation du style et le ton à la cible	apprenants, présente la production du groupe, participe à la mise en commun en plénière, participe aux synthèses, note la synthèse.
6. **Publier du contenu**		
Utilisation des plateformes et outils	• Plateformes numériques • Création et gestion de contenu sur les plateformes sociales • Utilisation des outils de création visuelle et vidéo • Outils de collaboration et gestion de projet	Le formateur présente les objectifs de la séquence. Il fait constituer des groupes de travail, donne des consignes de travail portant sur les techniques de publication des contenus captivants. Il coordonne les TP, les activités de groupe, organise des mises en commun des productions de groupes, apporte des compléments d'information, supervise la synthèse. L'apprenant écoute, pose des questions, exécute les consignes, prend des notes, échange avec d'autres apprenants, présente la production du groupe, participe à la mise en commun en plénière, participe aux synthèses, note la synthèse.
Utiliser du contenu pertinent, original et engageant pour le public cible	• Utilisation des outils de création visuelle et vidéo • Gestion de la performance et optimisation • Outils de collaboration et gestion de projet	
Utiliser les outils de mesure de l'engagement	• Outils de mesure de l'engagement sur les médias sociaux • Utilisation des outils de mesure tiers • Optimisation des stratégies en fonction de l'engagement	
Respecter le calendrier de publication	• Création et gestion d'un calendrier de publication • Maintien et ajustement du calendrier de publication • Évaluation et révision du calendrier	
Ajuster les publications en fonction des retours des utilisateurs	• Collecte et analyse des retours • Ajustement des publications en fonction des retours • Optimisation continue et feedback en boucle	

COMPETENCE 09 : **ELABORER LE MIX DIGITAL**

COMPETENCE : Elaborer le mix digital	
NUMERO : 09	**DUREE D'APPRENTISSAGE/D'EVALUATION** : 56 **heures/ 4h**
MODULE ASSOCIE	Elaboration du mix digital

FONCTION ET POSITION DE LA COMPETENCE

Les apprentissages réalisés à l'intérieur de ce module devront permettre à l'apprenant l'élaboration du mix digital est de maîtriser les différentes composantes du marketing digital, d'analyser les données, d'être créatif, de s'adapter aux tendances, et de collaborer efficacement avec d'autres elle arrive à la 9ème position des compétences particulières.

DEMARCHE PARTICULIERE A LA COMPETENCE.

Etant donné que la maîtrise de cette compétence a une incidence sur l'acquisition de certaines compétences particulières du métier, Il est suggéré de répartir le temps d'apprentissage selon les proportions suivantes :

1. A**nalyser les tendances du marché :25%**
2. **Segmenter et cibler le marché :17%**
3. **Utiliser des canaux de distribution numériques :25%**
4. **Identifier les stratégies de tarification en ligne :17%**
5. **Evaluer les performances : 17%**

Evaluation : 7%

Savoirs liés à la compétence	**Balises**	**Activités d'enseignement et d'apprentissage**
1. A**nalyser les tendances du marché**		
Definir les objectifs	• Formulation d'objectifs SMART • Alignement et mise en oeuvre des objectifs • Cas pratique	Par l'entremise d'exposés et/ou des exemples, le formateur présente aux apprenants les différentes tendances du marché. L'apprenant écoute, pose des questions, exécute les consignes, prend des notes, échange avec d'autres apprenants, participe aux synthèses, note la synthèse. Le formateur encadre les activités des apprenants afin d'assurer l'intégration des apprentissages.
Collecter les informations	• Méthodes et techniques de collecte d'informations • Organisation, Analyse et Interprétation des Informations	
Visualiser des flux	• Techniques et bonnes pratiques pour la visualisation des flux	

	• Analyse et optimisation à travers la visualisation des flux	
2. **Segmenter et cibler le marché**		
Créer des les profils détaillés de vos clients idéaux	• Développement et validation des profils clients • Application des profils clients dans les stratégies marketing • Cas pratiques	Le formateur présente les objectifs de la séquence. Il fait constituer des groupes de travail, donne des consignes de travail portant sur les la segmentation et le ciblage du marché. Il coordonne les TP, les activités de groupe, organise des mises en commun des productions de groupes, apporte des compléments d'information, supervise la synthèse. L'apprenant écoute, pose des questions, exécute les consignes, prend des notes, échange avec d'autres apprenants, présente la production du groupe, participe à la mise en commun en plénière, participe aux synthèses, note la synthèse.
Diviser le marché en segments basés sur des critères démographiques, psychographiques, comportementaux	• Segmentation du marché • Application des critères Démographiques et psychographiques • Segmentation comportementale et Stratégie marketing	
3. **Utiliser des canaux de distribution numériques**		
Identifier les canaux	• Types de canaux de communication • Analyse et sélection des canaux appropriés • Optimisation et gestion des canaux	Le formateur présente les objectifs de la séquence. Il fait constituer des groupes de travail, donne des consignes de travail portant sur les différents canaux de distributions numériques. L'apprenant écoute, pose des questions, exécute les consignes, prend des notes, échange avec d'autres apprenants, présente la production du groupe, participe à la mise en commun en plénière, participe aux synthèses, note la synthèse.
Identifier les outils d'automatisation	• Automatisation du marketing • Sélection des outils d'automatisation adaptés • Implémentation et optimisation des outils d'automatisation	
Décrire les fonctionnalités	• Types de fonctionnalités • Descriptions des fonctionnalités • Avantages des fonctionnalités	
• **Identifier les stratégies de tarification en ligne**		

Analyser les modèles freemium, abonnements, et promotions;	• Types de modèles Freemium • Analyse des modèles d'abonnement • Promotions et stratégies d'offres	Le formateur présente les objectifs de la séquence. Il fait constituer des groupes de travail, donne des consignes de travail portant sur les stratégies de tarification en ligne. Il coordonne les TP, les activités de groupe, organise des mises en commun des productions de groupes, apporte des compléments d'information, supervise la synthèse. L'apprenant écoute, pose des questions, exécute les consignes, prend des notes, échange avec d'autres apprenants, présente la production du groupe, participe à la mise en commun en plénière, participe aux synthèses, note la synthèse.
Appliquer les modèles freemium, abonnements, et promotions .	• Mise en œuvre du modèle Freemium • Mise en oeuvre du modèle d'Abonnement • Mise en oeuvre des stratégies promotionnelles	
• **Evaluer les performances**		
Analyser les données	• Collecte des données • Outils et techniques d'analyse des données • Interprétation et présentation des données	Le formateur présente les objectifs de la séquence. Il fait constituer des groupes de travail, donne des consignes de travail portant sur l'évaluation des performances. Il coordonne les TP, les activités de groupe, organise des mises en commun des productions de groupes, apporte des compléments d'information, supervise la synthèse. L'apprenant écoute, pose des questions, exécute les consignes, prend des notes, échange avec d'autres apprenants, présente la production du groupe, participe à la mise en commun en plénière, participe aux synthèses, note la synthèse.
Recueillir les retours des clients	• Techniques de collecte des retours des clients • Analyse et mise en œuvre des retours clients • Communication et suivi	
Recommander les correctifs et mesures	• Problèmes et formulation des recommandations • Mise en œuvre et évaluation des correctifs et mesures • Communication et retour d'information	

COMPETENCE 10 : ORGANISER LES EVENEMENTS EN LIGNE

COMPETENCE : **Organiser les événements en ligne**	
NUMERO : 10	**DUREE D'APPRENTISSAGE/D'EVALUATION** : 112**heures/ 8h**
MODULE ASSOCIE	**Organisation des événements en ligne**

FONCTION ET POSITION DE LA COMPETENCE

Les apprentissages réalisés à l'intérieur de ce module devront permettre à l'apprenant de se familiariser avec l'ordinateur et son environnement. Les habiletés développées à utiliser un logiciel de traitement de texte et un tableur seront réinvesties dans d'autres compétences particulières notamment pour la rédaction de rapports et le calcul de paramètres techniques ou la lecture des panneaux de commande.

L'apprenant devra être en mesure de différencier les ports série et parallèle de façon à pouvoir brancher des périphériques. Sa capacité à naviguer sur internet sera mise à profit pour la recherche de documentation technique relative aux autres compétences. En familiarisant l'apprenant à l'environnement d'un système d'exploitation, celui-ci sera plus apte à utiliser des logiciels spécialisés.

DEMARCHE PARTICULIERE A LA COMPETENCE.

Etant donné que la maîtrise de cette compétence a une incidence sur l'acquisition de certaines compétences particulières du métier, Il est suggéré de répartir le temps d'apprentissage selon les proportions suivantes :

1. Définir les Objectifs de l'Événement :12%
2. Planifier et structurer le contenu :18%
3. Interagir avec le public :25%
4. Gérer les inscriptions et les participants :21%
5. Evaluer la performance :17%

Evaluation : 7%

Savoirs liés à la compétence	**Balises**	**Activités d'enseignement et d'apprentissage**
1. Définir les Objectifs de l'Événement		
Clarifier le but de l'événement	• Définition et élaboration du but de l'événement • Communication et alignement du but de l'événement • Évaluation et Ajustement	Par l'entremise d'exposés et/ou des exemples, le formateur présente aux apprenants les objectifs des événements en ligne. L'apprenant écoute, pose des questions, exécute les consignes, prend des notes, échange avec d'autres apprenants, participe aux synthèses, note la synthèse.
Identifier l'audience	• Introduction à l'identification de l'audience • Analyse et application des profils d'audience	

	• Application des profils d'audience	Le formateur encadre les activités des apprenants afin d'assurer l'intégration des apprentissages.
Identifier le contenu et du format de l'événement	• Analyse des objectifs et des besoins • Définition du format de l'événement • Alignement du contenu avec le format • logistique et planification	
2. Planifier et structurer le contenu		
Établir un programme détaillé	• Conception du programme détaillé • Validation, communication et ajustements du programme • Gestion des imprévus et ajustements	Par l'entremise d'exposés et/ou des exemples, le formateur présente aux apprenants la planification et la structuration d'un contenu. L'apprenant écoute, pose des questions, exécute les consignes, prend des notes, échange avec d'autres apprenants, participe aux synthèses, note la synthèse. Le formateur encadre les activités des apprenants afin d'assurer l'intégration des apprentissages.
Identifier les intervenants	• Identification et sélection des intervenants • Gestion des intervenants et coordination • Elaboration un plan de communication et de gestion pour les intervenants	
Proposer les présentations et du Matériel	• Création et proposition des présentations • Sélection et préparation du matériel • Sélection et préparation du matériel nécessaire pour une présentation fictive	
Promouvoir l'Événement	• Développement de la stratégie promotionnelle • Mise en œuvre et évaluation des actions promotionnelles • Mise en œuvre d'une campagne promotionnelle pour un événement fictif	
3. Interagir avec le public		
Analyser les menaces et vulnérabilités	• Types de menaces • Contexte réglementaire • Evaluation des exigences réglementaires	Le formateur présente les objectifs de la séquence. Il fait constituer des groupes de travail, donne des consignes de travail portant sur l'interaction avec le public.

Exploiter le contexte organisationnel et règlementaire	• Analyse du contexte organisationnel • Intégration du contexte réglementaire • Evaluation des exigences réglementaires pour un événement fictif	Il coordonne les TP, les activités de groupe, organise des mises en commun des productions de groupes, apporte des compléments d'information, supervise la synthèse. L'apprenant écoute, pose des questions, exécute les consignes, prend des notes, échange avec d'autres apprenants, présente la production du groupe, participe à la mise en commun en plénière, participe aux synthèses, note la synthèse.
Analyser les mises à jour	• Compréhension et analyse des mises à jour • Intégration et mise en œuvre des mises à jour • Développement d'un plan d'implémentation pour une mise à jour fictive	
4. Gérer les inscriptions et les participants		
Identifier les outils d'inscription	• Types d' outils d'inscription • Utilisation et évaluation des outils d'inscription • Configuration et test d'un outil d'inscription pour un événement fictif	Par l'entremise d'exposés et/ou des exemples, le formateur présente aux apprenants les différentes méthodes de gestion des inscriptions et des participants. L'apprenant écoute, pose des questions, exécute les consignes, prend des notes, échange avec d'autres apprenants, participe aux synthèses, note la synthèse. Le formateur encadre les activités des apprenants afin d'assurer l'intégration des apprentissages.
Fournir les informations	• Structuration et organisation des informations • Techniques de transmission et gestion des retours • Préparation et transmission d'un ensemble d'informations pour un projet fictif	
Utiliser les outils interactifs	• Types d'outils interactifs • Intégration et utilisation des outils interactifs • Création et animation d'une session interactive	
5.Evaluer les performances		
Collecter les feedbacks	• Méthodes et outils de collecte de feedbacks • Analyse et utilisation des feedbacks • Analyse des résultats d'un sondage	Le formateur présente les objectifs de la séquence. Il fait constituer des groupes de travail, donne des consignes de travail portant sur l'évaluation des performances.

Tester les Nouvelles Approches	• Typologie des nouvelles approches • Méthodes et outils • cas pratique	Il coordonne les TP, les activités de groupe, organise des mises en commun des productions de groupes, apporte des compléments d'information, supervise la synthèse. L'apprenant écoute, pose des questions, exécute les consignes, prend des notes, échange avec d'autres apprenants, présente la production du groupe, participe à la mise en commun en plénière, participe aux synthèses, note la synthèse.

COMPETENCE 11 : GERER UNE PLATEFORME DIGITALE

COMPETENCE : **Gérer une plateforme digitale**	
NUMERO : 11	**DUREE D'APPRENTISSAGE/D'EVALUATION** : 84**heures/ 6h**
MODULE ASSOCIE	**Gestion d'une plateforme digitale**

FONCTION ET POSITION DE LA COMPETENCE

Les apprentissages réalisés à l'intérieur de ce module devront permettre à l'apprenant de se familiariser avec l'ordinateur et son environnement. Les habiletés développées à utiliser un logiciel de traitement de texte et un tableur seront réinvesties dans d'autres compétences particulières notamment pour la rédaction de rapports et le calcul de paramètres techniques ou la lecture des panneaux de commande.

L'apprenant devra être en mesure de différencier les ports série et parallèle de façon à pouvoir brancher des périphériques. Sa capacité à naviguer sur internet sera mise à profit pour la recherche de documentation technique relative aux autres compétences. En familiarisant l'apprenant à l'environnement d'un système d'exploitation, celui-ci sera plus apte à utiliser des logiciels spécialisés.

DEMARCHE PARTICULIERE A LA COMPETENCE.

Etant donné que la maîtrise de cette compétence a une incidence sur l'acquisition de certaines compétences particulières du métier, Il est suggéré de répartir le temps d'apprentissage selon les proportions suivantes :

1. Choisir les canaux :11%
2. Préparer les actions des campagnes marketings en ligne :17%
3. Mettre en œuvre les campagnes publicitaires (SEA) :28%
4. Implémenter les campagnes de SMS et Emails marketings :27%
5. Payer les droits en ligne :11%

Evaluation : 7%

Savoirs liés à la compétence	**Balises**	**Activités d'enseignement et d'apprentissage**
1. Choisir les canaux		
Identifier les canaux	• Vue d'ensemble des canaux de communication • Analyse de l'audience cible • Objectifs de communication • Évaluation des canaux de communication • Sélection des canaux adaptés • Mise en œuvre et gestion des canaux • Analyse des performances des canaux	Le formateur présente les objectifs de la séquence. Il fait constituer des groupes de travail, donne des consignes de travail portant sur les choix des canaux. Il coordonne les TP, les activités de groupe, organise des mises en commun des productions de groupes, apporte des compléments d'information, supervise la synthèse.

	• Ajustement de la stratégie de canal	L'apprenant écoute, pose des questions, exécute les consignes, prend des notes, échange avec d'autres apprenants, présente la production du groupe, participe à la mise en commun en plénière, participe aux synthèses, note la synthèse.
Adapter le type de contenu au format du canal	• Principes de base de l'adaptation du contenu • Contenu pour les médias sociaux • Contenu pour les blogs et les sites web • Contenu pour l'email marketing • Contenu pour les vidéos • Contenu pour les infographies et visuels	
Gérer les grands volumes d'interactions sur différents canaux	• Analyse des volumes d'interactions • Outils et technologies de gestion • Organisation et processus de gestion • Gestion de la qualité et de l'efficacité • Analyse des données et reporting • Adaptation et amélioration continue • Gestion des crises et des situations exceptionnelles	
2. Préparer les actions des campagnes marketings en ligne		
Identifier les besoins et attentes du client ou de l'entreprise	• Compréhension des besoins et attentes • Méthodes d'identification des besoins • Analyse des données collectées • Cartographie des besoins et attentes • Validation des besoins et attentes • Développement de solutions adaptées • Communication des résultats • Suivi et ajustement	Par l'entremise d'exposés et/ou des exemples, le formateur présente aux apprenants les actions des campagnes marketing en ligne. L'apprenant écoute, pose des questions, exécute les consignes, prend des notes, échange avec d'autres apprenants, participe aux synthèses, note la synthèse.
Sélectionner les canaux et formats de marketings	• Compréhension des canaux de marketing • Identification des objectifs de marketing • Analyse de l'audience cible • Sélection des formats de contenu	

	• Création d'une stratégie de marketing multicanal • Budgétisation et allocation des ressources • Mesure et évaluation des performances • Optimisation continue	Le formateur encadre les activités des apprenants afin d'assurer l'intégration des apprentissages.
Exécuter un plan de campagne marketing détaillé	• Développement d'un plan de campagne marketing • Préparation et création du contenu • Mise en œuvre de la campagne • Suivi et surveillance de la campagne • Analyse des performances • Clôture et évaluation de la campagne	
3. Mettre en œuvre les campagnes publicitaires (sea)		
Configurer les paramètres de la campagne publicitaire SEA	• Définition des objectifs de la campagne • Configuration des paramètres de la campagne • Création des annonces publicitaires • Configuration des pages de destination • Suivi et analyse des performances • Gestion des dépenses publicitaires	Par l'entremise d'exposés et/ou des exemples, le formateur présente aux apprenants les différentes campagnes publicitaires. L'apprenant écoute, pose des questions, exécute les consignes, prend des notes, échange avec d'autres apprenants, participe aux synthèses, note la synthèse. Le formateur encadre les activités des apprenants afin d'assurer l'intégration des apprentissages.
Produire les annonces efficaces et attractives	• Principes de base de la publicité • Conception des annonces • Adaptation aux plateformes publicitaires • Appels à l'action (cta) • Test et optimisation des annonces • Conformité et régulations	
Rédiger les rapports d'analyse des performances des campagnes publicitaires	• Collecte et préparation des données • Analyse des performances • Rédaction du rapport d'analyse	

	• Communication des résultats • Utilisation des rapports pour l'optimisation	
4. Implémenter les campagnes de SMS et Emails marketings		
Choisir les plateformes de gestion des SMS et Emails marketings	• Critères de sélection des plateformes de sms marketing • Critères de sélection des plateformes d'email marketing • Évaluation des plateformes • Comparaison et choix de la plateforme • Intégration et mise en œuvre	Le formateur présente les objectifs de la séquence. Il fait constituer des groupes de travail, donne des consignes de travail portant sur l'implémentation des campagnes de sms et emails marketing. Il coordonne les TP, les activités de groupe, organise des mises en commun des productions de groupes, apporte des compléments d'information, supervise la synthèse. L'apprenant écoute, pose des questions, exécute les consignes, prend des notes, échange avec d'autres apprenants, présente la production du groupe, participe à la mise en commun en plénière, participe aux synthèses, note la synthèse.
Configurer les paramètres des campagnes des SMS et emails marketings	• Configuration des campagnes sms • Configuration des campagnes email • Gestion des listes de contacts • Intégration avec d'autres outil	
Créer les SMS et Emails marketings	• Création de SMS Marketing • Création d'Emails Marketing • Respect des règlementations et bonnes pratiques	
5. Payer les droits en ligne		
Identifier les types de paiement	• Paiements traditionnels • Paiements électroniques • Paiements mobiles • Paiements numériques et cryptomonnaies • Sécurité et conformité des paiements • Choix du type de paiement	Le formateur présente les objectifs de la séquence. Il fait constituer des groupes de travail, donne des consignes de travail portant sur les types de paiements et l'exécution d'un budget de campagne. Il coordonne les TP, les activités de groupe, organise des mises en commun des productions de groupes, apporte des compléments d'information, supervise la synthèse.
Exploiter les ressources	• Identification des ressources	

	• Utilisation des ressources • Gestion des ressources en contexte de crise • Technologies et outils pour la gestion des ressources	L'apprenant écoute, pose des questions, exécute les consignes, prend des notes, échange avec d'autres apprenants, présente la production du groupe, participe à la mise en commun en plénière, participe aux synthèses, note la synthèse.
Exécuter le budget d'une campagne	• Planification du budget de campagne • Exécution du budget de campagne • Suivi et analyse des dépenses • Gestion des imprévus et crises budgétaires	

COMPETENCE 12 : GÉRER LA E-REPUTATION

COMPETENCE : **Gérer la E-Réputation**	**CODE :**
NUMERO : 12	**DUREE D'APPRENTISSAGE/D'EVALUATION** : 84**heures/ 6h**
MODULE ASSOCIE	**Gestion de la E-Réputation**

FONCTION ET POSITION DE LA COMPETENCE

Les apprentissages réalisés à l'intérieur de ce module devront permettre à l'apprenant de se familiariser avec l'ordinateur et son environnement. Les habiletés développées à utiliser un logiciel de traitement de texte et un tableur seront réinvesties dans d'autres compétences particulières notamment pour la rédaction de rapports et le calcul de paramètres techniques ou la lecture des panneaux de commande.

L'apprenant devra être en mesure de différencier les ports série et parallèle de façon à pouvoir brancher des périphériques. Sa capacité à naviguer sur internet sera mise à profit pour la recherche de documentation technique relative aux autres compétences. En familiarisant l'apprenant à l'environnement d'un système d'exploitation, celui-ci sera plus apte à utiliser des logiciels spécialisés.

DEMARCHE PARTICULIERE A LA COMPETENCE.

Etant donné que la maîtrise de cette compétence a une incidence sur l'acquisition de certaines compétences particulières du métier, Il est suggéré de répartir le temps d'apprentissage selon les proportions suivantes :

1. **Comprendre les médias sociaux :18%**
2. **Gérer les contenus :24%**
3. **Analyser les données :22%**
4. **Utiliser les stratégies de communication :18%**
5. **Elaborer des plans de gestion de crise :11%**

Evaluation : 7%		
Savoirs liés à la compétence	**Balises**	**Activités d'enseignement et d'apprentissage**
1. Comprendre les médias sociaux		
Interaction des utilisateurs avec le contenu publié	• Types de contenu et leur impact sur l'interaction • Stratégies pour encourager l'engagement • Plateformes et canaux de distribution • Analyse des interactions des utilisateurs • Optimisation continue de l'interaction • Études de cas et analyses pratiques • Tendances émergentes dans l'interaction utilisateur	Le formateur présente les objectifs de la séquence. Il fait constituer des groupes de travail, donne des médias sociaux. Il coordonne les TP, les activités de groupe, organise des mises en commun des productions de groupes, apporte des compléments d'information, supervise la synthèse. L'apprenant écoute, pose des questions, exécute les consignes, prend des notes, échange avec d'autres apprenants, présente la production du groupe, participe à la mise en commun en plénière, participe aux synthèses, note la synthèse.
Evaluer l'attractivité de la marque sur les médias sociaux	• Indicateurs de performance clés (KPI) • Outils d'analyse des médias sociaux • Analyser le sentiment et l'engagement des utilisateurs • Études de cas d'attractivité réussie et échouée • Stratégies d'amélioration de l'attractivité de la marque • Veille concurrentielle et analyse comparative • Reporting et présentation des résultats	
Identifier les meilleures pratiques	• Méthodes d'identification des meilleures pratiques • Sources d'information pour les meilleures pratiques • Benchmarking : l'outil clé pour identifier les meilleures pratiques • Analyse critique des meilleures pratiques • Mise en œuvre des meilleures pratiques	

	• Mesurer l'efficacité des meilleures pratiques • Innovation et meilleures pratiques	
2. Gérer les contenus		
Choisir le KPI	• Identification des objectifs d'entreprise • Critères de sélection des KPI • Méthodologie pour choisir les KPI • Analyse des KPI existants • Mise en œuvre des KPI • Mesurer et interpréter les KPI • Révision continue des KPI	A l'aide des exemples, le formateur amènera l'apprenant à gérer les contenus sociaux. Pendant les explications, l'apprenant suit les explications, prend note puis applique les exemples donnés par le formateur.
Interpréter les résultats	• Les bases de l'analyse des données • Interprétation des résultats financiers • Interprétation des résultats opérationnels • Interprétation des résultats de recherche • Éviter les erreurs courantes dans l'interprétation des résultats • Communication des résultats • Application des résultats à la prise de décision	
Utiliser les outils d'analyse	• Utilisation d'Excel pour l'analyse des données • Introduction à Google Analytics • Utilisation de tableau pour la visualisation des données • Introduction à R et Python pour l'analyse des données • Outils d'analyse pour les réseaux sociaux • Introduction aux outils de Business Intelligence (BI) • Comparaison et sélection des outils d'analyse	

3. Analyser les données		
Utiliser les mots-clés	• Recherche de mots-clés • Optimisation des contenus avec des mots-clés • Utilisation des mots-clés dans la publicité en ligne (SEA) • Analyse des performances des mots-clés • Stratégie de contenu basée sur les mots-clés • Utilisation des mots-clés dans les réseaux sociaux • Gestion des mots-clés dans un environnement multilingue	A l'aide des exemples, le formateur amènera l'apprenant à analyser les données. Pendant les explications, l'apprenant suit les explications, prend note puis applique les exemples donnés par le formateur.
Ajuster la stratégie de contenu	• Analyse de la performance du contenu • Identification des points faibles et opportunités • Ajuster les objectifs de la stratégie de contenu • Optimisation du contenu existant • Création du nouveau contenu aligné sur la stratégie ajustée • Réévaluation de la distribution du contenu • Test et mesure des ajustements • Intégration des feedbacks et retours utilisateurs	
Evaluer les stratégies mises en place	• Les fondements de l'évaluation stratégique • Définition des critères d'évaluation • Outils d'évaluation des stratégies • Collecte et analyse des données d'évaluation • Forces et faiblesses des stratégies	
4. Utiliser les stratégies de communication		
Transmettre les messages	• Élaboration du message • Techniques de communication verbale et non verbale	A partir des exposés, le formateur présente les stratégies de communication, puis à l'aide des exercices pratiques,

	• Choix du canal de transmission • Persuasion et influence dans la transmission du message • Transmission de messages dans un cadre de crise • Évaluation de l'efficacité du message • Pratiques éthiques dans la transmission des messages	le formateur emmènera les apprenants à mettre en application les stratégies apprises. Pendant les explications, les apprenants prennent notes, posent des questions et appliquent les exercices et exemples données par le formateur.
Utiliser les KPI (Indicateurs clés de performance)	• Définition des KPI pertinents • Interprétation des résultats des KPI • Stratégies basées sur les KPI • Suivi et mise à jour des KPI • Pratiques éthiques et bonnes pratiques	
Identifier les points à améliorer	• Analyse des processus et des performances • Collecte des données pour l'analyse • Identification des problèmes et des opportunités d'amélioration • Évaluation des impacts des points à améliorer • Développement de plans d'amélioration • Mise en œuvre des améliorations • Évaluation et révision post-amélioration	
5. Elaborer des plans de gestion de crise		
Identifier et Évaluer les Risques	• Méthodes d'identification des risques • Évaluation des risques • Analyse de l'impact et de la probabilité des risques	

	• Développement de stratégies d'atténuation des risques • Surveillance et réévaluation des risques • Communication des risques • Intégration de la gestion des risques dans la culture organisationnelle	Par l'entremise d'exposés et/ou des exemples, le formateur présente aux apprenants les différents plans de gestion des crises. L'apprenant écoute, pose des questions, exécute les consignes, prend des notes, échange avec d'autres apprenants, participe aux synthèses, note la synthèse. Le formateur encadre les activités des apprenants afin d'assurer l'intégration des apprentissages.
Communication en Temps de Crise	• Planification de la communication en temps de crise • Gestion des messages de crise • Communication avec les parties prenantes • Utilisation des médias et des réseaux sociaux • Réponse à la crise et gestion de la réputation • Évaluation et révision post-crise • Formation et sensibilisation	
Simuler la crise	• Conception d'une simulation de crise • Préparation logistique et mise en place • Conduite de la simulation • Analyse des réponses et des décisions • Communication et rapports post-simulation • Intégration des simulations dans la culture organisationnelle	
Évaluer une gestion de crise	• Concepts de base de l'évaluation de crise • Méthodes d'évaluation de la gestion de crise • Critères et indicateurs d'évaluation • Collecte et analyse des données • Rédaction de rapports d'évaluation • Formation et préparation continue	

<table>
<tr><th colspan="3">COMPETENCE N°13 : Rechercher un emploi</th></tr>
<tr><td>NUMERO : 13</td><td colspan="2">DUREE D'APPRENTISSAGE : 45 h</td></tr>
<tr><td>MODULE ASSOCIE</td><td colspan="2">Entrepreneuriat</td></tr>
<tr><td colspan="3">FONCTION ET POSITION DE LA COMPETENCE</td></tr>
<tr><td colspan="3">Les enseignements de cette compétence assurent à l'apprenant une meilleure connaissance de l'entreprise et de son environnement. Ils lui donnent des informations utiles dans la recherche de l'emploi et le préparent à s'adapter dans l'avenir dans un milieu professionnel.il intervient vers la fin de la formation afin de donner à l'apprenant les armes nécessaires pour s'implanter sur le marché de l'emploi.</td></tr>
<tr><td colspan="3">DEMARCHE PARTICULIERE A LA COMPETENCE</td></tr>
<tr><td colspan="3">La répartition du temps d'apprentissage est suggérée selon les proportions suivantes :
• Identifier les conditions de réussite d'un projet de création d'entreprise ou d'auto emploi :20%
• Monter un projet d'installation :20%
• Rechercher un financement :20%
• Exécuter un projet :20%
• S'approprier les techniques de recherche d'emploi : 20%
Il est suggéré de respecter l'ordre des éléments, tel que décrit dans le référentiel de formation.</td></tr>
<tr><td>Savoirs liés à la compétence</td><td>Balises</td><td>Activités d'enseignement et d'apprentissage</td></tr>
<tr><td colspan="3">1. Identifier les conditions de réussite d'un projet de création d'entreprise ou d'auto emploi</td></tr>
<tr><td>1.1 Etudier le marché</td><td>• Analyse du marché
• Facteurs de réussite
• Potentiels clients</td><td rowspan="2">Le formateur réitère les éléments de base sur l'entreprise, son fonctionnement et son organisation. L'apprenant reçoit en plus de notions sur le fonctionnement juridique et social de l'entreprise.
L'apprenant prend note et parvient à s'approprier des notions reçues.</td></tr>
<tr><td>1.2 Se Positionner dans une gamme de produits ou de services</td><td>• Besoins du consommateur
• Différents produits et services
• Le marché
• Flux et documents commerciaux</td></tr>
<tr><td colspan="3">2. Monter un projet d'installation</td></tr>
<tr><td>2.1 Assimiler les Procédures de montage de projet</td><td>• Procédures de montage de dossier
• Points de vigilance</td><td>A travers des exposés et de mise en situation professionnelle, le formateur amènera les apprenants</td></tr>
</table>

COMPETENCE N°13 : Rechercher un emploi		
		à monter un projet. Pendant les explications, les apprenants prennent notes, posent des questions et exécutent les activités d'apprentissage.
2.2 Effectuer le Montage de projet	• Définition des objectifs • Etude de faisabilité • Planification	
3. Rechercher le financement		
3.1 Prospecter les sources de financement	• Opportunités de financement existantes • Techniques de recherche de financement • Techniques de négociation d'un projet • Démarche et condition de création d'une entreprise au Cameroun	A travers des exposés et de mise en situation professionnelle, le formateur montrera aux apprenants les techniques et procédures de recherche de financement. Il listera également les potentiels bailleurs de fond Pendant les explications, les apprenants prennent notes, posent des questions et exécutent les activités d'apprentissage.
3.1 Négocier le financement	• Bailleurs de fond • Techniques de négociations • Cadre réglementaire	
4. Exécuter un projet		
4.1 Mettre en œuvre un plan	• Etapes de la mise en œuvre d'un plan • Conseils pour mise en œuvre	A travers des exposés et de mise en situation professionnelle, le formateur montrera aux apprenants les techniques et procédures de mise en œuvre d'un plan, de mobilisation des ressources, d'implantation d'un projet. Puis emmènera chaque apprenant à monter un projet. Pendant les explications, les apprenants prennent notes, posent des questions et exécutent les activités d'apprentissage.
4.2 Mobiliser les ressources	• Méthodes et outils • Secteurs d'application • Mise en place d'un plan de mobilisation des ressources	
4.3 Implanter un projet	• Nature du projet • Objectifs • Echelle • Contraintes • Suivi et évaluation	

COMPETENCE N°13 : Rechercher un emploi		
5.S'approprier les techniques de recherche d'emploi		
5.1 Assimiler les Procédures de montage de projet	• Procédures de montage de dossier • Points de vigilance	A travers des exposés et de mise en situation professionnelle, le formateur amènera les apprenants à monter un projet. Pendant les explications, les apprenants prennent notes, posent des questions et exécutent les activités d'apprentissage.
5.2 Effectuer le Montage de projet	• Définition des objectifs • Etude de faisabilité • Planification	

COMPETENCE 14 : S'intégrer en milieu professionnel	
NUMERO : 14	**DUREE D'APPRENTISSAGE** : 315 h
MODULE ASSOCIE	**Intégration en milieu professionnel**
FONCTION ET POSITION DE LA COMPETENCE	
Cette compétence est la dernière du programme de formation. Elle arrive au moment où l'apprenant doit commencer son intégration en milieu de travail. A ce moment, l'apprenant devra mettre en pratique dans l'entreprise, les compétences acquises pendant la formation. Les apprentissages à la réalisation de l'intégration en milieu de travail sont complétés, puisque l'intégration en milieu de travail se réalise en entreprise. Cette compétence donne droit à la validation des divers apprentissages réalisés pendant la formation. Elle permet d'acquérir des connaissances et d'attitudes nécessaires pour s'intégrer facilement au milieu de travail, en tenant compte des précisions et en participant aux activités proposées selon le plan de mise en situation.	
DEMARCHE PARTICULIERE A LA COMPETENCE	
La répartition du temps d'apprentissage est suggérée selon les proportions suivantes : 1. Préparer son séjour en milieu de travail : 20% 2. Respecter les principes de discipline et de déontologie : 20% 3. Exécuter les activités en milieu de travail : 30%	

COMPETENCE 14 : S'intégrer en milieu professionnel		
4. Comparer ses perceptions aux réalités du métier : 10% 5. Rédiger le rapport de stage : 20% L'ordre des éléments, tel que présenté dans le référentiel de formation devrait rester inchangé.		
Savoirs liés à la compétence	**Balises**	**Activités d'enseignement et d'apprentissage**
1. Préparer son séjour en milieu de travail		
1.1 Prospecter les entreprises	5. Réseau professionnel 6. Choix des entreprises 7. Recherche et démarches pour obtenir un stage	Les éléments de base sur les techniques de recherche et de prospection sont réitérés à l'apprenant par le formateur. L'apprenant reçoit les connaissances sur la rédaction administrative et les restitue à travers les résultats de ses recherches dans le cadre des échanges en groupe.
1.2 préparer un dossier de stage	• Règles de rédaction • Modalités de présentation et de dépôt de la demande • Ressources	
2. Respecter les principes de discipline et de déontologie		
2.1Prendre connaissance du règlement de l'entreprise	• Règlement de l'entreprise • Code de conduite • Code de déontologie • Personnes ressources • Comportement en formation et réalités de l'entreprise	Les éléments essentiels et règles de discipline en vigueur au sein de l'entreprise sont indiqués par le formateur. L'apprenant les reçoit et les intègre dans son comportement pour réussir son cheminement professionnel.
2.2 Présenter son professionnalisme en milieu de travail	• Respect du règlement de l'entreprise • Discipline personnelle • Image de l'entreprise	
3. Exécuter les activités en milieu de travail		
3.1 Observer le contexte de travail	• Produits et marché • Associations professionnelles	L'apprenant exécute les tâches qui lui sont confiées sous la conduite et la supervision de

COMPETENCE 14 : S'intégrer en milieu professionnel		
	• Conditions de travail • Relations interpersonnelles • Santé et sécurité	l'encadreur. Le degré d'acquisition de ses apprentissages est mesuré. L'exécution des tâches permet de consolider les acquis et de démontrer l'adaptabilité aux changements.
3.2 Effectuer diverses tâches professionnelles prescrites	• Méthode de travail • Tâches prescrites • Qualité du travail fait • Economie du temps et des ressources • Utilisation du matériel et des équipements	
3.3 S'adapter à des conditions nouvelles	• Adaptation à des travaux complexes • Nouvelles conditions de réalisation • Evolution technologique • Equipements	
3.4 Relater ses observations sur le contexte de travail et sur les tâches exercées dans l'entreprise	• Milieu de travail • Pratiques professionnelles	
4. **Comparer ses perceptions aux réalités du métier**		
4.1 Poser un jugement professionnel sur ses actions	• Perception du métier que l'on a avant le stage avec celle que l'on a après • Auto-évaluation • Actions à entreprendre pour combler les écarts	
4.2 Evaluer l'influence de l'expérience sur le choix d'un futur emploi	• Conséquences du stage sur le choix d'un emploi	
5. Rédiger le rapport de stage		
5.1 Appliquer les techniques de rédaction administrative	• Techniques de rédaction administrative • Eléments de contenu	Sous la conduite et la supervision de l'encadreur, l'apprenant rédigera son rapport

COMPETENCE 14 : S'intégrer en milieu professionnel		
	• Informations présentées • Apprentissages réalisés et situations rencontrées en milieu professionnel	de stage. Il sera jugé sur la qualité du rapport produit et surtout sur le respect des règles de rédaction administrative et de la pertinence des éléments qu'il présente.
5.2 Rédiger le rapport de stage	• Parties importantes d'un rapport • Contenu • Langage à utiliser	

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

1. Samurçay R. et Pastré, P. (2004), Stratégie de la formation professionnelle, République du Cameroun, Toulouse : Octarès, 187 pages.
2. Organisation Internationale de la Francophonie (2007), Les guides méthodologiques d'appui à la mise en œuvre de l'approche par compétences en formation professionnelle, Guide - Conception et réalisation des études sectorielles et préliminaires, 77 pages.
3. Organisation Internationale de la Francophonie (2007), Les guides méthodologies d'appui à la mise en œuvre de l'approche par compétences en formation professionnelle, Guide - Conception et réalisation d'un référentiel de métier-compétences, 83 pages.
4. Organisation Internationale de la Francophonie (2007), Les guides méthodologiques d'appui à la mise en œuvre de l'approche par compétences en formation professionnelle, Guide - Conception et production d'un guide pédagogique, 61 pages.
5. Organisation Internationale de la Francophonie (2007), Les guides méthodologiques d'appui à la mise en œuvre de l'approche par compétences en formation professionnelle, Guides - Conception et production d'un guide d'évaluation, 86 pages.
6. Heath C. et Heath D, 2007, Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die, Random House, 291 pages
7. Kaushik A, 2009, Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity, Wiley Publishing, 512 pages
8. Hemann C. et Burbary K, 2013, Digital Marketing Analytics: Making Sense of Consumer Data in a Digital World, Que Publishing, 364 pages
9. Vaynerchuk G, 2013, Jab, Jab, Jab, Right Hook: How to Tell Your Story in a Noisy Social World, Harper Business, 224 pages.
10. Winston W. L, 2014, Marketing Analytics: Data-Driven Techniques with Microsoft Excel, Wiley, 720 pages
11. Berger J, 2014, Contagious: How to Build Word of Mouth in the Digital Age, (1), Simon & Schuster Ltd, 256 pages.
12. Sutherland J, 2014, Scrum: The Art of Doing Twice the Work in Half the Time, volume, Crown Currency, 384 pages.
13. Gallo C, 2014, Talk Like TED: The 9 Public-Speaking Secrets of the World's Top Minds, volume 1, St. Martin's Press, 288 pages.
14. Kawasaki G. et Fitzpatrick P, 2014, The Art of Social Media: Power Tips for Power Users, Portfolio/Penguin, 208 pages.
15. Deiss R. et Henneberry R, 2020, Digital Marketing For Dummies, John Wiley & Soons, 368 pages.
16. Jeff J, 2016, Agile Marketing: Building Endurance for Your Content Marketing Team, Squared Digital, 392 pages.
17. Crestodina A, 2022, Content Chemistry: The Illustrated Handbook for Content Marketing, Orbit Media Studios, Inc, 376 pages.
18. Chaffey D. et Ellis-Chadwick F, 2022, Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice, volume 1, Pearson Education, 4848 pages.

19. Michelle Krasniak, Zimmerman J. et Deborah Ng, 2023, Social Media Marketing All-in-One For Dummies, volume, Wiley, 784 pages.
20. Caroline Faillet "Community Management: Stratégies et bonnes pratiques pour interagir avec vos communautés"–
21. Robert Rose, (August 2020). How Content Marketing Can Save Your Digital Marketing Strategy. Content Marketing Institute, https://contentmarketinginstitute.com/articles/digital-marketing-strategy/
22. Angela Petteys, (November 2023). A Beginner's Guide to Google Search Console. MOZ Blog, https://moz.com/blog/a-beginners-guide-to-the-google-search-consol

GUIDE D'ORGANISATION PEDAGOGIQUE ET MATERIELLE (GOPM)

ABRÉVIATIONS ET ACRONYMES

APC	Approche Par Compétences
AST	Analyse de la Situation de Travail
EPC	Équipements de Protection Collective
EPI	Équipements de Protection Individuelle
GOPM	Guide d'Organisation Pédagogique et Matérielle
GP	Guide Pédagogique
HSSE	Hygiène, Santé, Sécurité et Environnement
IGF	Inspection Générale des Formations
MINEFOP	Ministère de l'Emploi et de la Formation Professionnelle
OIF	Organisation internationale de la francophonie
REF	Référentiel de Formation
RMC	Référentiel Métier de Compétences
VAE	Validation des Acquis et de l'Expérience
SC	Salle de classe
SCS	Salle de classe spécialisée

V.1. INTRODUCTION ET PRÉSENTATION DU GUIDE D'ORGANISATION PÉDAGOGIQUE ET MATÉRIELLE

Le Guide d'Organisation Pédagogique et Matérielle est un document d'accompagnement à caractère indicatif. En ce sens, l'administration centrale peut prescrire des conditions minimales d'implantation ou des modes de financement communs pour assurer la conformité des dispositifs et des moyens de formation.

Le Guide d'Organisation Pédagogique et Matérielle est un document de soutien. Il est considéré comme le support privilégié pour la mise en application d'un programme de formation. On y trouve l'information visant à combler les différents besoins inhérents aux programmes en matière de modes d'organisation, de ressources humaines, de matériel, d'appareillage et d'outillage, de ressources matérielles et d'aménagement des lieux.

Tenant compte des difficultés que certaines structures de formation pourraient rencontrées, ce guide précise les conditions minimales de mise en place de la formation en fournissant des renseignements sur certains scénarios possibles d'organisation, des données de nature administrative, pédagogique, technique et financière, pouvant être déployés.

Il est conseillé de l'utiliser pour l'implantation des référentiels de formation et d'évaluation dans les structures de formation. Ce document vise les personnes suivantes : les responsables de la gestion centrale (gestionnaires des ressources humaines, financières, physiques et matérielles), les gestionnaires d'établissement et les équipes pédagogiques chargées de la mise en place des nouveaux référentiels et de la formation.

Le guide d'organisation pédagogique et matérielle varie selon le contexte, le type de formation et la nature des besoins de chaque établissement de formation. Il est en fait le scénario retenu faisant suite aux travaux d'élaboration des référentiels de formation et d'évaluation. Il tient compte des décisions pédagogiques et organisationnelles, prises lors de l'élaboration de ces documents.

L'organisation pédagogique repose sur une détermination des besoins, tant quantitatifs que qualitatifs, en matière des ressources humaines.

Le logigramme du référentiel de formation propose d'aborder chaque compétence selon un ordre séquentiel de formation qui conditionne la mobilisation et l'utilisation des diverses ressources requises.

Le chronogramme de formation quant à lui est mis à contribution pour établir le nombre de formateurs nécessaires pour exécuter diverses tâches, préciser les domaines d'intervention qui pourraient être répartis entre ces formateurs, préciser les profils types des formateurs, appropriés à la mise en œuvre d'une formation de qualité. Il met en évidence les besoins de perfectionnement du personnel en place et permet de relever certaines carences portant sur les difficultés à accéder à une expertise plus spécialisée.

Une formation professionnelle de qualité demande un minimum de moyens : ressources humaines, ressources physiques et financières. Dans le cas où les moyens sont limités, de solutions de rechange doivent être trouvées et des modes d'organisation donnant accès à des ressources extérieures ou conduisant à la production des biens et de services doivent être explorés, pour pouvoir atténuer les coûts de formation.

En se basant sur le scénario retenu pour la mise en œuvre de formation, l'équipe de production a défini et présenté les équipements, la matière d'œuvre, les locaux et les aménagements que le projet de

formation demande. Une attention particulière doit être portée à l'utilisation de ces ressources et à l'entretien des équipements, pour garantir leur durabilité.

V.2. BUTS DU RÉFÉRENTIEL DE FORMATION

Le référentiel de formation vise à rendre apte les apprenants à évaluer la sécurité d'un système d'information à travers différents angles d'attaques, mais toujours de manière cadrée. Les buts du référentiel traduisent les orientations particulières en matière de formation. Il prépare donc la personne à devenir un travailleur du secteur du numérique pouvant mener des activités comminity manager seul, en équipe ou sous supervision, pour le compte d'une entreprise ou à son compte personnel.

Dans l'exercice de son métier, le Community Manager doit utiliser les notions de base en informatique, appliquer les principes du marketing fondamental, exploiter les aspects légaux et éthiques du digital, utiliser les données sur le comportement des consommateurs, développer les stratégies de contenu, élaborer le mix digital, organiser les évènements en ligne, gérer une plateforme digitale, gérer la E-réputation.

Outre les compétences liées directement au métier de Community Manager, le référentiel de formation vise, conformément aux buts généraux de la formation professionnelle et en tenant compte, en particulier, de la situation de travail.

Étant donné que le Community Manager travaille souvent seul, en équipe ou sous supervision, il doit démontrer de bonnes attitudes relationnelles en milieu de travail ou même dans la société.

V.3. DESCRIPTION DU REFERENTIEL DE FORMATION

Le référentiel de formation de Community Manager a été élaboré suivant l'approche par compétences (APC) qui exige, notamment, la participation de partenaires du milieu de travail et du milieu de la formation.

Il a pour objet de professionnaliser le parcours de l'apprenant, lequel construit progressivement les éléments de sa compétence à travers l'acquisition de savoirs et savoir-faire, attitudes et comportements.

Il est formulé par objectifs, conçu selon une approche globale qui tient compte à la fois de facteurs tels les besoins de formation, la situation de travail, les buts ainsi que les stratégies et les moyens pour atteindre les objectifs.

Le référentiel de formation énonce et structure les compétences minimales que l'apprenant doit acquérir au terme de sa formation. Ce référentiel doit servir de référence pour la planification de l'enseignement et de l'apprentissage ainsi que pour la préparation du matériel didactique et du matériel d'évaluation.

Le référentiel de formation de Community Manager prévoit une durée de 1215 heures pour la formation dont, 825 heures consacrées aux compétences particulières et 390 heures aux compétences générales soit respectivement 68.75% et 31.25 %. Cette durée couvre le temps consacré à la formation, à l'évaluation des apprentissages aux fins de la sanction des études et à l'enseignement correctif.

Le référentiel de formation est composé de 14 modules formés de 7 compétences générales et 7 compétences particulières.

Les modules de formation sont en lien les uns avec les autres et contribuent à l'acquisition des compétences. L'ordre séquentiel de passage des modules est présenté dans le logigramme.

Les liens entre les diverses compétences d'une part et entre les compétences et le processus de travail d'autre part permettent de décrire les compétences et la nature des relations qui les unissent, rendant ainsi cohérent et applicable le référentiel de formation. Les compétences sont traduites en actions observables et en résultats mesurables.

La durée de formation par module va de 30 à 120 heures à l'établissement. Elle est de 315 heures en milieu professionnel.

Le référentiel oriente une formation structurée autour de l'étude de situations donnant aux apprenants l'occasion de :

- comprendre : l'apprenant acquiert les savoirs et savoir-faire nécessaires à la compréhension des situations ;
- agir : l'apprenant mobilise les savoirs et acquiert la capacité d'agir et d'évaluer son action ;
- transférer : l'apprenant conceptualise et acquiert la capacité de transposer ses acquis dans des situations nouvelles.

Les compétences qui y sont développées sont les suivantes :

Tableau synthèse du programme

N°	Énoncé de la compétence	Durée	CP	CG	Unités	Types d'objets	Types de compétences	Titre du Module
1	Se situer au regard du métier et de la formation	30	0	30	2	S	G	Métier et Formation
2	Communiquer en milieu professionnel	45	0	45	3	S	G	Communication en milieu professionnel
3	Prévenir les atteintes à la santé, à la sécurité, à l'intégrité physique et à l'environnement	45	0	45	3	S	G	Hygiène, Santé, sécurité et Environnement
4	Utiliser les notions de base en informatique	60	0	60	4	C	G	Les notions de base en informatique
5	Appliquer les principes du marketing fondamental	60	0	60	4	C	G	Les principes du marketing fondamental
6	Exploiter les aspects légaux et éthiques du digital	45	0	45	3	C	G	Les aspects légaux et éthique du digital
7	Utiliser les données sur le comportement des consommateurs	60	0	60	4	C	G	Les données sur le comportement des consommateurs
8	Développer les stratégies de contenu	90	90	0	8	C	P	Développement des stratégies de contenu
9	Elaborer le mix digital	120	120	0	6	C	P	Elaboration du mix digital
10	Organiser les évènements en ligne	120	120	0	8	C	P	Organisation des évènements en ligne
11	Gérer une plateforme digitale	90	90	0	6	C	P	Gestion d'une plateforme digitale
12	Gérer la E-réputation	90	90	0	6	C	P	Gestion de la E-réputation
13	Rechercher un emploi	45	0	45	0	S	G	Entreprenariat

14	S’intégrer en milieu professionnel	315	315	0	21	S	P	Intégration en milieu de travail
	Total	**1215**	**825**	**390**	**81**			
			68%	**32%**				

V.4. ORGANISATION DE LA FORMATION

Le guide d'organisation est centré sur les outils et les moyens à mettre en œuvre pour offrir la formation. Il ne traite donc pas des contenus ou des stratégies pédagogiques présentées dans le référentiel de formation et dans le guide pédagogique.

Pour réaliser le volet organisation pédagogique du guide d'organisation, l'ensemble des contenus du référentiel de formation, du guide pédagogique et du référentiel d'évaluation sont pris en considération.

L'organisation de la formation exige une planification qui conduit à déterminer la séquence de mise en œuvre des compétences et leur répartition dans le temps. Pour appuyer ces travaux, il a fallu le logigramme, que l'on retrouve dans le référentiel de formation. Ainsi que le chronogramme figuré dans le guide pédagogique.

Pour compléter cette planification, un tableau proposant un scénario de mise en œuvre de la formation s'ajoute.

Ainsi, se présentent les compétences avec de précisions sur leur mise en œuvre et des contraintes liées auxdites compétences. Pour l'organisation de cette formation, il est aussi nécessaire de connaitre les conditions d'admission au centre de formation et de promouvoir cette formation.

1- Conditions d'admission

L'admission en formation se fait par voie de concours. Les candidats désirant suivre la formation de Community Manager doivent avoir au moins le Baccalauréat scientifique ou en informatique/GCE-A LEVEL ou tout diplôme équivalent.

Il serait avantageux que les postulants au métier de Community Manager sachent lire l'anglais parce qu'ils doivent comprendre et interpréter la documentation technique, rédigée la plupart du temps dans cette langue.

Ils doivent en outre aimer l'Informatique, faire preuve d'un esprit logique et d'un jugement sûr, aimer la lecture et se tenir à date sur les nouvelles technologies. En effet, ce métier exige une capacité d'analyse approfondie pour être en mesure de trouver la bonne solution aux problèmes rencontrés.

Il serait souhaitable de vérifier certaines qualités professionnelles chez les candidats qui désirent être admis au programme :

- Une éthique professionnelle ;
- Une capacité à travailler sous pression ;
- Une acuité visuelle parfaite ;
- Des gestes précis ;
- Le souci de la qualité du travail ;
- L'esprit d'équipe ;
- La perception artistique ;
- L'esprit d'initiative.

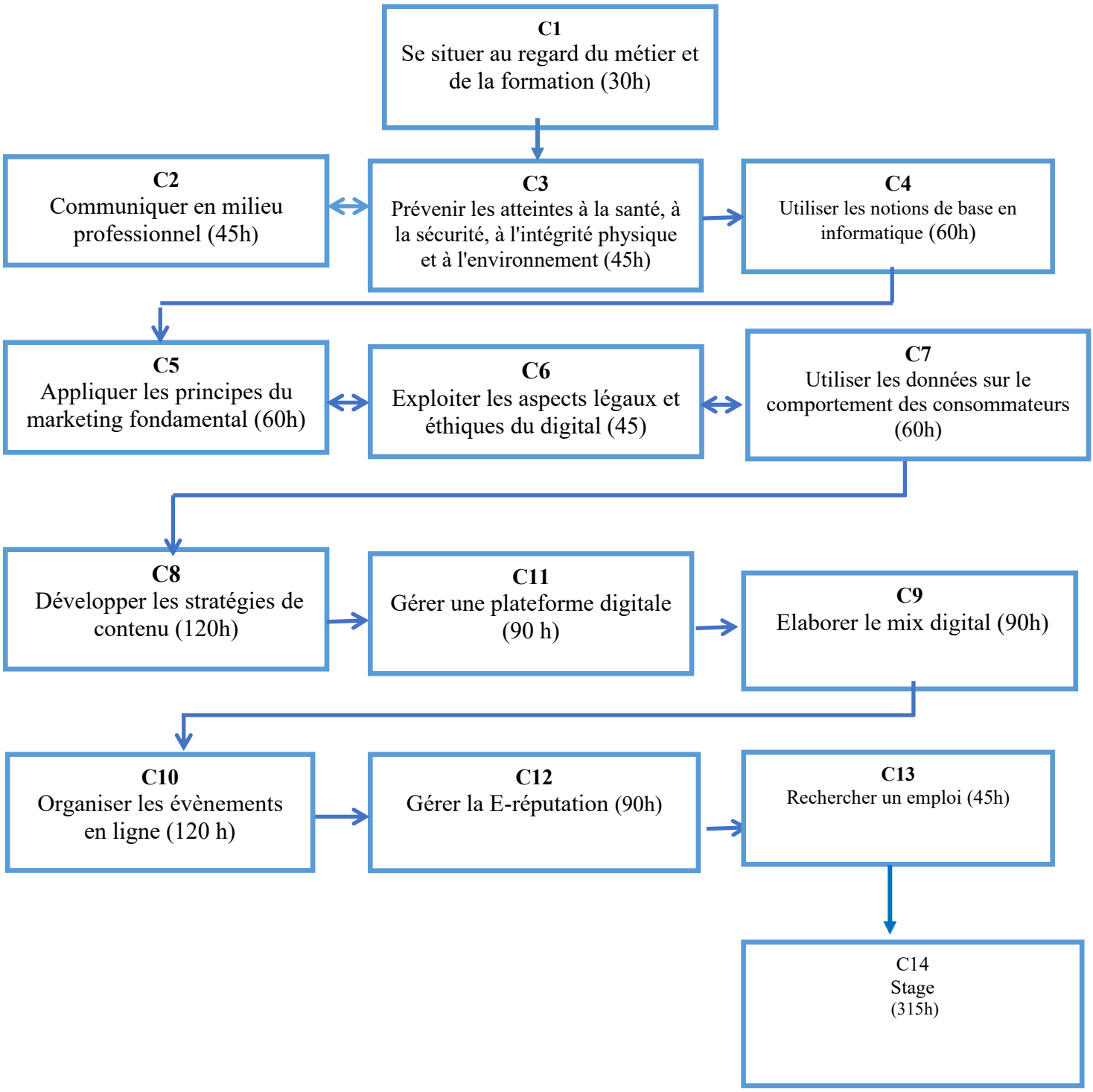
NB. Les diverses séquences de travail imposent le maintien prolongé en position debout

2- Présentation du logigramme

Le logigramme est une représentation schématique de l'ordre d'acquisition des compétences. C'est une séquence de mise en œuvre des compétences, et par conséquent de la mobilisation des ressources humaines, physiques et matériels nécessaires pour la formation. Le logigramme assure une planification du référentiel et présente l'articulation des compétences. Il vise à assurer la cohésion et la progression des apprentissages.

Le logigramme tient compte, pour une compétence donnée, des apprentissages déjà accomplis, de ceux qui se déroulent en parallèle et de ceux qui sont à venir. Son but est de donner une idée globale du déroulement de la formation.

Pour le métier de Community Manager, le logigramme est proposé comme suit :


C1
Se situer au regard du métier et de la formation (30h)
C2
Communiquer en milieu professionnel (45h)
C3
Prévenir les atteintes à la santé, à la sécurité, à l'intégrité physique et à l'environnement (45h)
C4
Utiliser les notions de base en informatique (60h)
C5
Appliquer les principes du marketing fondamental (60h)
C6
Exploiter les aspects légaux et éthiques du digital (45)
C7
Utiliser les données sur le comportement des consommateurs (60h)
C8
Développer les stratégies de contenu (120h)
C11
Gérer une plateforme digitale (90 h)
C9
Elaborer le mix digital (90h)
C10
Organiser les évènements en ligne (120 h)
C12
Gérer la E-réputation (90h)
C13
Rechercher un emploi (45h)
C14
Stage
(315h)

3- Présentation du chronogramme

Le chronogramme de réalisation de la formation est une représentation schématique présentant l'ordre selon lequel les compétences devraient être acquises et la répartition dans le temps, des activités d'enseignement, d'apprentissage et d'évaluation. Il assure une planification globale des compétences du référentiel et présente l'articulation qui existe entre les compétences. Cette planification vise à assurer une cohésion et une progression des apprentissages.

Le chronogramme respecte certaines contraintes organisationnelles à savoir :

- La durée totale du référentiel et celle attribuée à chaque compétence ;
- Le nombre d'heures d'apprentissage hebdomadaire, semestriel et annuel ;
- La logique de la matrice des objets de formation et du logigramme des compétences ;
- Les périodes durant lesquelles le milieu du travail se montre disponible pour organiser la tenue de stage.

Le chronogramme sert à résoudre les questions de définition des tâches du personnel, d'utilisation des locaux d'enseignement et des SCS de travaux pratiques. Il repose sur une situation type et devra être ajusté en fonction de la situation réelle de chaque structure de formation. Il peut également être modifié à chaque période de l'année, en fonction des contraintes locales.

Pour le métier de Community Manager le chronogramme est proposé comme suit :

CHRONOGRAMME

	Compétences particulières						Compétences générales								
Numéro	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**14**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**13**	**T**
Durée (H)	**150**	**60**	**120**	**90**	**90**	**315**	**30**	**45**	**45**	**60**	**60**	**45**	**60**	**45**	**1215**
Semaine															
1							30								**30**
2								15	10	10					**35**
3								10	15	10					**35**
4								15	10	10					**35**
5								10	10	15					**35**
6										10	10	5	10		**35**
7											10	10	15		**35**
8											15	10	10		**35**
9											15	10	10		**35**
10											10	10	15		**35**
11	20	5		10											**35**
12	20	5		10											**35**
13	20	5		10											**35**
14	15	5		15											**35**
15	15	5		15											**35**
16	15	5		15											**35**
17	15	10		10											**35**
18	15	15		5											**35**
19	15	5	15												**35**
20			20		15										**35**
21			20		15										**35**
22			20		15										**35**
23			20		15										**35**

24			20		15										**35**
25			5		15									15	**35**
26														30	**30**
27						40									**40**
28						40									**40**
29						40									**40**
30						40									**40**
31						40									**40**
32						40									**40**
33						40									**40**
34						35									**35**
TOTAL	**150**	**60**	**120**	**90**	**90**	**315**	**30**	**45**	**45**	**60**	**60**	**45**	**60**	**45**	**1215**

4- Modes d'organisation à privilégier

Le mode d'organisation de la formation pourrait être compris à travers le tableau ci-dessous qui présente l'ensemble des compétences, la durée réservée à chaque compétence, la nature des activités, les installations physiques, les équipements spécialisés et le commentaire lié à chaque compétence.

Ce tableau précise les caractéristiques et les principales contraintes rattachées à la mise en œuvre des compétences.

La nature des compétences renseigne sur la répartition de temps pour la formation théorique et la formation pratique. Cette information est fournie à titre indicatif et peut être variée en fonction du contexte et des caractéristiques de l'environnement d'apprentissage.

Le tableau présente également les principales exigences en matière d'organisation physique et matérielle de la formation.

Les stages en entreprise et les autres activités sont mentionnés dans la colonne « commentaires ».

Le scénario de mise en œuvre de cette formation se présente comme suit :

N°	Titre du module	Compétences	Durée(h)	Nature des activités (T ou P)	Locaux ou installation physiques	Équipements spécialisés
1	Métier et Formation	Se situer au regard du métier et de la formation	30	100% T	En salle de classe ou en SCS	Non
2	Communication en milieu professionnel	Communiquer en milieu professionnel	45	70 % T, 30% P	En salle de classe, SCS	Ordinateur, vidéo projecteur
3	Hygiène, Santé, sécurité et Environnement	Prévenir les atteintes à la santé, à la sécurité, à l'intégrité physique et à l'environnement	45	30 % T, 70% P	En salle de classe, SCS	Vidéo projecteur, ordinateur, connexion internet
4	Les notions de base en informatique	Utiliser les notions de base en informatique	60	70 % T, 30% P	En salle de classe en SCS.	Vidéo projecteur, ordinateur, connexion internet
5	Les principes du marketing fondamental	Appliquer les principes du marketing fondamental	60	70 % T, 30% P	En salle de classe en SCS.	Vidéo projecteur, ordinateur, connexion internet, logiciels
6	Les aspects légaux et éthiques du digital	Exploiter les aspects légaux et éthique du digital	45	70 % T, 30% P	En salle de classe en SCS	Vidéo projecteur, ordinateur, connexion internet, logiciels.
7	Les données sur le comportement des consommateurs	Utiliser les données sur le comportement des consommateurs	60	30 % T, 70% P	En salle de classe en SCS	Vidéo projecteur, ordinateur, connexion internet, logiciels

N°	Titre du module	Compétences	Durée(h)	Nature des activités (T ou P)	Locaux ou installation physiques	Équipements spécialisés
8	Développement des stratégies de contenu	Développer les stratégies de contenu	90	30 % T, 70% P	En salle de classe en SCS	Vidéo projecteur, ordinateurs, connexion internet, logiciels
9	Elaboration du mix digital	Elaborer le mix digital	120	30 % T, 70% P	En salle de classe en SCS	Vidéo projecteur, ordinateurs, connexion internet, logiciels
10	Organisation des évènements en ligne	Organiser les évènements en ligne	120	30 % T, 70% P	En salle de classe en SCS	Vidéo projecteur, ordinateurs, connexion internet, logiciels
11	Gestion d'une plateforme digitale	Gérer une plateforme digitale	90	30 % T, 70% P	En salle de classe en SCS,	Vidéo projecteur, ordinateurs, connexion internet, logiciels
12	Gestion de la E-réputation	Gérer la E-réputation	90	30 % T, 70% P	En salle de classe en SCS	Vidéo projecteur, ordinateurs, connexion internet, logiciels
13	Entreprenariat	Rechercher un emploi	45	40 % T, 60% P	En salle de classe en SCS	Vidéo projecteur, ordinateurs, connexion internet, logiciels.

N°	Titre du module	Compétences	Durée(h)	Nature des activités (T ou P)	Locaux ou installation physiques	Équipements spécialisés
14	Intégration en milieu professionnel	S'intégrer en milieu professionnel	315	100%P	En Entreprise	Ordinateur, connexion internet, logiciels

5- Promotion du programme

Il appartient aux structures de formations ou au Ministère de la formation professionnelle de faire la promotion de leurs programmes de formation professionnelle auprès de la population en général, des apprenants potentiels et d'éventuels employeurs et, à cet égard, diverses pistes peuvent être exploitées. La promotion peut prendre différentes formes allant de journées portes ouvertes complétées par des visites guidées, jusqu'à la présence de stands à l'occasion de foires ou de salons thématiques.

Voici quelques éléments de promotion pouvant être mis en avant :

- Les perspectives d'emploi et les conditions de travail.
- La qualité de la formation assurée notamment par des formateurs expérimentés qui maîtrisent tous les aspects du métier de Community Manager ;
- L'environnement scolaire dont le dispositif de formation et les exigences permettent de recréer le plus possible le contexte réel de travail ;
- L'approche de formation axée sur la pratique en relation étroite avec les compétences déterminées avec les partenaires du monde de travail ;
- La possibilité d'obtenir une qualification basée sur un ensemble de compétences retenues en relation avec l'exercice du métier ;
- Les conditions d'admissions à la formation.

V.5. LES RESSOURCES HUMAINES

Ce chapitre précise les besoins de formateurs / enseignants et de personnel de soutien. Il fournit les données pertinentes pour la sélection, la formation et le perfectionnement du personnel ou l'attribution des tâches aux employés. L'information fournie est à titre de suggestion.

Pour le choix du personnel et l'organisation du travail, on prend en compte les accords de travail et les conventions en vigueur. Ce chapitre détermine également les domaines dans lesquels il serait recommandé de proposer des activités de perfectionnement. Les formateurs sont des personnes ayant une bonne expérience en Digital.

Même si la réussite de la mise en œuvre du programme dépend en grande partie de la compétence et de l'expérience professionnelle du personnel formateur en matière de pédagogie, de docimologie et d'andragogie, il sera peut-être souhaitable de recourir aux services de techniciens ou de spécialistes du métier.

La présente partie du Guide formule certaines suggestions à considérer au moment de choisir de nouveau personnel ou d'attribuer des tâches au personnel déjà en place.

1- Qualifications professionnelles

Pour former une équipe de formateurs efficace, la correspondance entre les caractéristiques des compétences du programme et l'expérience acquise dans la profession est prise en compte. De plus, l'affectation en priorité du personnel formateur dans son champ de compétence pourrait constituer un élément supplémentaire permettant d'assurer la qualité de l'enseignement.

Les formateurs du programme de Community Manager sont appelés à faire état des savoirs et des compétences suivantes :

- Une capacité à enseigner et à communiquer ;
- Des Compétences en marketing
- Des qualifications en marketing Digital,
- Des habiletés et aptitudes en illustrant de manière claire et professionnelle les techniques de création de contenus (vidéo, textes, images) ;
- Des habiletés en développement et management des communautés en ligne ; ;
- Expérience d'organisation des évènements en ligne ;
- Capacité et habilité à l'utilisation des outils numériques et d'intelligence artificielles ;
- Bonne maitrise des outils informatiques, digitaux et de création de contenu Une éthique professionnelle et une compréhension approfondie des implications légales et éthiques liées au métier ;
- Une veille technologique constante dans le domaine du numérique et de l'intelligence artificielle.

En outre, les qualités suivantes sont souhaitées :

- la capacité de s'exprimer clairement et de communiquer;
- la polyvalence;
- le sens de l'organisation et de la planification;
- la capacité de diriger une équipe de travail;
- la capacité de superviser des activités;
- la disponibilité;

- la capacité de se perfectionner;
- L'esprit d'équipe ;
- L'habilité manuelle et technique.

2- Besoins quantitatifs en matière de ressources humaines

Pour l'implantation du référentiel de formation professionnelle du métier de Community Manager, le besoin exprimé en ressources humaines est le suivant :

Qualité	Nombre	Niveau académique	Formation professionnelle	Expérience professionnelle
Formateur spécialiste	2	Baccalauréat +3 ans	Spécialiste en marketing Digital	Au moins 2 ans
	1	Baccalauréat +5 ans en marketing	Expert-Enseignant en marketing	Au moins 2 ans
	1	Baccalauréat +5 ans en analyse de données ou data analyste	Data analyste	Au moins 5 ans
Spécialiste en communication web	1	Master 2 en communication	Master	Au moins 5 ans
Spécialiste en création de contenus	1	Baccalauréat +2 ans	≥BTS ou équivalent en infographie ou marketing digital	Au moins 3 ans
Spécialiste en infographie	1	Baccalauréat +3 ans	≥licence ou équivalent en infographie	Au moins 3 ans
Expert en Intelligence artificielle	1	Baccalauréat +5 ans	Ingénieur en Intelligence Artificielle	Au moins 3 ans
Spécialiste en droit des TIC	1	Baccalauréat +3 ans	≥licence ou équivalent	Au moins 3 ans

La répartition des tâches devrait tenir compte de l'organisation horaire proposée dans le chronogramme de formation ainsi que de l'organisation mise en œuvre par l'équipe pédagogique (chef d'unité, responsable des stages et insertion, professionnels divers).

3- Orientation du recrutement et compétences recherchées

Pour le recrutement de nouveaux formateurs, il est recommandé :

- Les diplômés des grandes écoles de commerce et d'ingénieur justifiant d'une expérience d'au moins deux ans (02) dans le domaine de compétence ;
- Un baccalauréat auquel on aura associé au moins trois (03) années d'expériences avérées dans le domaine de compétence ;

- Une expérience de 10 ans au moins pour les titulaires d'un Baccalauréat ou équivalent dans son domaine de compétence ;
- Une expérience de 15 ans au moins pour les non diplômés autodidacte

De plus, une formation en pédagogie (plus précisément selon l'Approche Par Compétences) est essentielle et devra être acquise au moment de l'embauche ou assurée le plus tôt possible après le recrutement.

4- Perfectionnement des formateurs

L'implantation du référentiel de formation demande le perfectionnement des formateurs. Pour cela, ils devraient demeurer en rapport avec l'entreprise pour être informer des nouvelles techniques et d'équipements nouveaux. À cet effet, le perfectionnement pourrait faire l'objet les domaines suivants :

Domaine technique

- les logiciels de création de contenu ;
- les applications mobiles (différents médias sociaux) ;
- les outils d'intelligence artificielle ;
- Les logiciels et application de traitement de texte.

Domaine pédagogique

Il est difficile de trouver un expert du métier ayant une formation pédagogique adéquate. Il est relativement facile de recruter des formateurs ayant une bonne maîtrise des compétences du métier visé. Pour cela, une formation de base s'impose pour la majorité des personnes recrutées pour la formation professionnelle. Il est en effet utile de réaliser un bilan de compétences de la personne recrutée afin de déterminer les besoins de perfectionnement, en tenant compte du personnel déjà en place et du personnel de soutien. Les besoins de perfectionnement peuvent concerner les volets de la planification et de la préparation des activités de formation et d'évaluation, les diverses méthodes à utiliser pour donner la formation, l'utilisation des équipements et de matériel pédagogiques et didactiques, etc. Les aspects plus distincts du référentiel de formation peuvent s'y ajouter. Pour ces activités, le guide pédagogique peut servir de référence de base.

Domaine de l'Approche par les Compétences

Il faut offrir aux formateurs, sans tenir compte de leur niveau de maîtrise du métier, une formation portant sur l'APC, approche utilisée pour élaborer le référentiel de formation et les guides d'accompagnement, pour apporter un soutien à l'implantation du référentiel de formation.

Pour cette formation, les thèmes abordés peuvent être par exemple l'appropriation du contenu du référentiel de formation, la lecture et l'interprétation de la matrice des objets de formation, l'utilisation des tableaux de spécification, etc.

L'APC implique une relation avec l'entreprise pour suivre l'évolution des nouveaux profils, des nouvelles technologies et des nouvelles techniques. A cet effet, les formateurs doivent participer aux colloques et aux journées d'information ou expositions organisées en collaboration avec les spécialistes du métier.

Des stages pratiques de courte durée en milieu professionnel peuvent aussi être une autre possibilité.

Domaine de la santé, l'hygiène, sécurité et environnement

Ce volet de perfectionnement implique la prise en charge de la prévention liée au mieux-être au travail. Ceci inclut les connaissances, les habilités et les attitudes pour préparer dans les bonnes conditions les personnes en emploi. Le souci de prévention doit être une préoccupation importante à intégrer dans l'apprentissage de tout métier ou de toute profession. Cette prévention doit s'appliquer dans l'exécution de toutes les tâches au cours des apprentissages et de l'évaluation.

Que ce soit sur le plan de la sécurité personnelle ou de protection de l'environnement, la démarche de prévention comporte trois étapes :

- Repérer les dangers et les facteurs de risque ;
- Corriger les situations à problèmes ;
- Prendre des dispositions pour éviter les problèmes.

Pour s'assurer que les formateurs maîtrisent les différents contours de la formation, un perfectionnement spécial devrait les accompagner.

V.6. L'ORGANISATION PHYSIQUE ET MATÉRIELLE

Pour déterminer les besoins en matière de ressources physique et matérielles, il faut une analyse systématique des informations liées à chaque compétence du référentiel de formation. Ces informations sont complétées par le contenu du référentiel d'évaluation. Les éléments de la compétence, le contexte de réalisation du référentiel de formation, les indicateurs et les critères d'évaluation fournissent la majorité des informations concernant les ressources physiques et matérielles.

Les fiches de suggestions pédagogiques fournissent les informations manquantes.

Une catégorisation des ressources physiques et matérielles nécessaires facilite le relevé des besoins et des conditions d'implantation des référentiels. La catégorisation regroupe les éléments ayant les caractéristiques communes et élabore des devis d'implantation ou de mise à niveau des dispositifs de formation. Une telle catégorisation aide à mettre en place ou à réviser les modalités de financement de la formation et d'entretien du parc d'équipements.

6- 1- RESSOURCES MATERIELLES

Ce volet présente la liste des ressources matérielles nécessaires à la mise en œuvre du référentiel du métier Community Manager

Les quantités proposées prennent en compte 25 apprenants et les ressources nécessaires pour le formateur.

Les tableaux ci-dessous présentent les ressources nécessaires classées par catégorie.

6-1-1 Machinerie, équipement et accessoires

Cette catégorie comprend les machines-outils. Ce sont des ensembles de mécanismes ou de pièces servant à exécuter un travail. Cette catégorie comprend aussi les accessoires, soit tout objet qui complète la machine ou un équipement. Elle inclut également les pièces de rechange, nécessaires à l'entretien et au bon fonctionnement des différentes machines-outils et équipements.

N°	Désignation	Description	Type de local	Compétence	Quantité
1	Desktop	Intel Core i7 2.5Ghz 10ième génération, Nvidia/AMD 4Go de dédié, 16Go de RAM DDR4, 1To SSD, Ecran 21 pouces, Claviers AZERTY/QWERTY Souris USB Windows 10/11 avec licence, Carte réseau GigaByte (sans fil), Lecteur CD/DVD	SCS	2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12	25
2	Laptop	Intel Core i7 2.5Ghz 10ième génération, Nvidia/AMD 2Go de dédié, 16Go de RAM DDR4, 5 12 SSD, Écrans 15.6 pouces, Windows 10/11 avec licence	Salle de classe et SCS	3,4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	26
3	Câblage connexion internet	• Type de connexion : Fibre optique • Bande Passante : 10Mbps dédiée • Latence : faible • Stable : Oui • Adresse IP : IPv4 (32 bits) et IPv6 (128 bits) Sécurité : Firewall, chiffrement	SCS	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	1

N°	Désignation	Description	Type de local	Compétence	Quantité
4	Switch	Nombre de ports , 48 ports Type de port : RJ45, Il faut des switch manageables	SCS	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	1
5	Routeur	Routeur sans fil – commutateur 8 ports (intégré) Débit de transfert de données : 1 Gbits-s Protocole de liaison de données : Ethernet, Fast Ethernet, Gigabit Ethernet, IEEE 802.11b, IEEE 802.11g, IEEE 802.11n Antenne : Détachable externe Nombre d'antennes : 2 Protection par firewall, DMZ port, compatible DHCP, prise en charge NAT, Prise en charge VPN, prise en charge PAT, prise en charge du réseau local (LAN) virtuel, filtrage de contenu, prise en charge d'IPv6, IPS (Intrusion Prevention System), filtrage de l'URL, possibilité d'évolution vers de nouveaux micrologiciels, IPSec Virtual Private Network (VPN), chiffrement WPA2, qualité de service (QDS), Dead Peer Detection (DPD), IPSec NAT-traversé (NAT-T), Wi-Fi Protected Setup (WPS), serveur DHCP, prise en charge SSID multiple, contrôle de la bande passante, technologie D-Link Green	SCS	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	1
6	Onduleurs	Système d'alimentation sans interruption Modele : SMC1500VA Marque : APC Puissance: 1500VA	SCS	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	25

N°	Désignation	Description	Type de local	Compétence	Quantité
		Technologie: Line interactive Tension D'entrée nominale : 230V			
7	Groupe électrogène	Groupe électrogène triphasé Modèle : standard Carburant : diesel Vitesse : 1500 t/min Puissance continue : 10 KVA / 8000 W Puissance maximale : 11 KVA / 8800 W Puissance du moteur : 15 HP (ch) Tension : 400 V Capacité du réservoir : 60 L Consommation (à 75 %) : 2,5 L/h Autonomie à 75 % : 24 h Refroidissement par air Dimensions : 1600 x 700 x 1100 mm Poids : 350 kg Démarrage manuel ou automatique (au choix)	SCS	1,2;3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13	1
8	Serveur hôte	Processeur Intel Xeon E5-2690 v4 ou supérieur 128 Go de RAM ou plus 2 To de stockage SSD ou plus	SCS	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	1

6-1-2 Outils et instruments

Cette catégorie englobe une variété d'outils spécialisés utilisés par les Community Managers pour explorer et identifier les vulnérabilités informatiques, effectuer des tests d'intrusion et exécuter des attaques simulées sur des systèmes cibles. Pour permettre aux apprenants de pratiquer en toute sécurité les techniques de test d'intrusion, des environnements de laboratoire virtuel équipés de ces outils les seront fourni par les formateurs.

N°	Désignation	Description	Type de local	Compétence	Quantité
1	Logiciels de créer des visuels	logiciels d'Adobe, comme Photoshop, Illustrator et InDesign	SCS et SC	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	1
		Adobe ia, Adobe Spark			1
		Animoto			
		Crello			
		Canva			1
2	Les outils pour la gestion des comptes	Scoop.It		3,4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	1
		Buzzsumo			1
		Feedly			1
		Later			
		Hootsuite / Buffer / Sprout Social			
		Mashup Web Social			1
4	Les outils pour créer vos contenus	CapCut ,	SCS et SC	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	1
		Adobe Premiere Pro, After Effects ,			1
		InShot			1
		iMovie ,			1
4	Les outils pour trouver des visuels libres de droit	PexelsVideo	SCS et SC	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	1
		Unsplash			1
		Coverr			1
5	Les outils pour une organisation optimale	la suite Google Workspace ,	SCS et SC	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	1
		Trello ,			1
		Slack ,			1
		la suite Office ,			1

N°	Désignation	Description	Type de local	Compétence	Quantité
6	Outils d'analyse	Google Analytics	SCS et SC	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	1
		Power Bi			1
		Facebook Insights / Twitter Analytics / Instagram Insights			1
		Lighttpd			1
7	Les outils d'IA générative	ChatGPT	SCS et SC	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	1
		Midjourney ,			1
		Copilot			1
		Canva Magic Write.			1
8	Les solutions de social listening	Feedly	SCS et SC	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	1
		Google Alertes			1
		Talkwalker			1
9	Outils de formation et de veille	Coursera / Udemy / LinkedIn Learning	SCS et SC	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	1
		Feedly ,			1
10	**Outils de gestion des publicités**	Facebook Ads Manager	SCS et SC	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	1
		Google Ads			1
11	Logiciel de Design	Figma	SCS et SC	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	1
		Adobe XD			1
		Origami Studio			1
12	Logiciel de documentation	Document 360	SCS et SC	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	1
		Google Chrome, ,			1
13	Navigateurs	Mozillia FireFox,	SCS et SC	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	1
		Edge			1
		Google Chrome, ,			1

N°	Désignation	Description	Type de local	Compétence	Quantité
14	Lecteurs et éditeurs de PDF	Nitro	SCS et SC	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	1
		Adobe Reader			1
		Foxit Reader			1
15	Service cloud	Amazon Web Service,	SCS et SC	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	1
		Google Cloud			1
		Microsoft Azur			1
16	Clé USB	Capacité : 32Go	SCS, salle de formateur, SC	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	10
17	CD/DVD	Capacité : 02Go et 04Go	SCS, salle de formateur, SC	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	1 Paquets de 100
18	Disque Dur externe	Capacité : 1To	SCS, salle de formateur, SC	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	10

6-1-3 Matériels de sécurité

Cette partie concerne tout outil nécessaire à la sécurité au travail.

N°	Désignation	Description	Type de local	Compétence	Quantité
20	Logiciels de sécurité informatique	**Fonctionnalités :** • Analyse en temps réel • Analyse à la demande • Mises à jour régulières • Quarantaine et suppression des menaces • Protection en temps réel des courriels et des navigateurs • Options de personnalisation • Licence et version : Abonnement annuel payant **Logiciels :** • Avast Antivirus • McAfee Antivirus • Norton Antivirus • Kaspersky Antivirus • Bitdefender Antivirus	SCS	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	28
		Pare-feu : pour surveiller et contrôler le trafic réseau entrant et sortant, et ainsi protéger contre les attaques provenant d'Internet.	SCS	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	-25
21	VPN (Réseau Privé Virtuel)	Permet au Community Manager de crypter son trafic Internet et de masquer son adresse IP	SCS	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	01

22	Équipement de protection individuelle (EPI)	**Lunettes de protection** : pour protéger les yeux lors de l'utilisation d'outils informatiques ou de matériel de test.	SCS	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	30
		Gants : pour protéger les mains lors de la manipulation de matériel potentiellement dangereux ou lors de tests physiques.	SCS	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	25
23	Matériel de test spécialisé	**Testeurs de tension et de continuité** : utilisés pour vérifier la sécurité électrique des installations.	SCS	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	25
		Détecteurs de gaz : pour identifier la présence de gaz toxiques ou inflammables dans l'environnement de travail.	SCS	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	2
24	Dispositifs de sécurité physique	**Serrures et badges d'accès** : pour limiter l'accès aux locaux sensibles où se déroulent les tests d'intrusion.	SCS	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	30
		• Alimentation : transformateur 52V 1,5A (fourni) • Sorties vidéo : 1 HDMI + 1 VGA • Résolution : 3MP • Type de connexion : POE (RJ45 cat. 6) • Nombre de canaux : 4 • Stockage : Sur disque dur SATA en option jusqu'à 10To • Port USB : 2 USB 2.0 • Température d'utilisation : -10°C--+55°C	SCS	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	1

		• Ajustement automatique de la luminosité • Vision nocturne • Flash lumineux lorsque la luminosité est faible • Détection de formes humaines • Caméra rotative pour une vision 360° • Mise au point longueur : 3.6mm • Distance de vision : 15m • Indice de protection : IP66 équipement étanche à la poussière et protégé contre les projections d'eau.			
25	Extincteur à poudre	Capacité : poudre de 5 kg. Type ABC avec supports murales et ancrages appropriés.	SCS	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	3
26	Trousse de premiers soins	Selon les normes exigées	SCS	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12	2

6-1-4 Matière d'œuvre et matière première

Dans cette section, on précise la matière d'œuvre nécessaire à la prestation du programme à un groupe de 25 élèves.

N°	Désignation	Description	Type de local	Compétence	Quantité
1	Abonnement internet	Accès à internet par fibre optique, Bande passante : 20Mbt/s	SCS	3,4,5,6,7,8,9,10,11,12	1
2	Clé USB	Capacité : 32Go	SCS, salle de formateur, SC	3,4,5,6,7,8,9,10,11,12	10
3	CD/DVD	Capacité : 2Go et 04Go	SCS, salle de formateur, SC	3,4,5,6,7,8,9,10,11,12	1 paquet de 100
4	Disque dur externe	Capacité : 1To	SCS, salle de formateur, SC	3,4,5,6,7,8,9,10,11,12	05
5	Claviers	AZERTY / QXERTY	SCS	3,4,5,6,7,8,9,10,11,12	10
6	Souris	Souri USB	SCS	3,4,5,6,7,8,9,10,11,12	10
7	Cartouche d'encre	Compatible à l'imprimante	SCS, salle de formateur, SC	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14	10
8	Bloc note	Format A5 : 14,5 x 21 cm Grammage : 80 g/m² Quadrillage 5 x 5mm	SCS, salle de formateur, SC	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14	25
9	Rame de Papier	Format A4 : 21 x 29,7 cm Grammage : 80 g/m²	SCS, salle de formateur, SC	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14	5
	Câble réseau	Type : 4 paires torsadées blindé, Catégorie : 6, Norme : 10 bases T, Débit nominatif : 10-100Mb/s	SCS	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14	
	Prise électrique	Nature : prise apparente, 16A ; 250V, proches : 3	SCS et SC	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14	
	Clavier Desktop	Identique à celui venu avec le Desktop	SCS	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14	

	Souris	Identique à celle venu avec la Desktop	SCS	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14	
	Goulotte	Type : PVC pour les murs et en bois pour le sol Épaisseur : en fonction de l'installation de la salle	SCS et SC	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14	

6-1-5 Mobilier et équipement de bureau

Cette section précise les ameublements non fixés et non intégrés aux immeubles, par exemple des chaises, des pupitres des bureaux, des tables de travail, des fauteuils, etc.

N°	Désignation	Description	Type de local	Compétence	Quantité
1	Table formateur	1500x750X750 mm	SC	1à12	5
2	Tables des apprenants	Tables de 2 places avec casier	SC	1à12	13
3	Chaises	Chaise une place, avec mousse et confortable pour le dos	Salle spécialisée, SC, bureau du formateur	1à12	56
4	Tables 2 places d'ordinateurs	• 2 Tiroirs pour clavier • 2 Boxes pour Unité centrale • 160x80x76 cm	Salle spécialisée	1à12	13
5	Tableau blanc	1m40x1m40	SC, salle spécialisée	1à12	2
6	Imprimante Multifonction	• Imprimante	Bureau formateur	1à12	1
7	Armoire de rangement	En métal, 0,82mx1, 22mx0, 33m	Salle de maintenance	1à12	2
8	Bibliothèque	1220x1800x300mm en bois massif	Bureau formateur	1à12	1
9	Chaises pour personnel formateur	Noire, ajustable (hauteur et dos) 5 roulettes	Bureau formateur	1à12	4
10	Classeur	Brand format, ouverture latérale (3 tiroirs), métal	Bureau formateur	1à12	2

N°	Désignation	Description	Type de local	Compétence	Quantité
11	Poubelle de bureau	Plastique 380x350x400mm	Bureau formateur, salle spécialisée, SC	1à12	3
12	Présentoir pour revues	4 tablettes réglables, métallique 200x1850mm	Bureau formateur	1à12	1

6-1-6 Matériel audiovisuel et informatique.

Cette section précise les appareils, équipements associés à l'informatique, par exemple, un ordinateur, un projecteur, une imprimante, un logiciel et un didacticiel, un film, une vidéocassette, un diaporama, etc.

N°	Désignation	Description	Type de local	Compétence	Quantité
1	Ecran de projection	Au mur ou mobile	Salle multimédia	2 à 12	2
2	Lecteur DVD et moniteur (TV) :	Avec support, TV, LCD de 100 mm	Salle multimédia	2 à 12	1
3	Vidéoprojecteur	2500 lumens avec deux lampes supplémentaires et tous les raccords pour l'ordinatrice alimentation de 220-1-50	Salle multimédia	2 à 12	1
6	Classeur latéral	A devants fixes, 4 tiroirs	Bureau formateur	2 à 12	3
8	Classeur de dessus de bureau	En plastique, trois niveaux pour format A4	Salle de classe	2 à 12	25
2	Photocopieur/scanneur	Pour multiplication des documents, canon IR 3035	Salle multimédia	2 à 12	2
6	Imprimante	Pour impression des documents, Hp laser couleur	Salle multimédia	2 à 12	3
7	Ordinateur Desktop	Disque dur 500 Go, Mémoire vive 8 Go processeur coré i7 de 2 GHZ Lecteur-graveur CD-DVD carte graphique, cartes réseaux, 3 Ports USB, Clavier AZERTY, Souris USB, ports VGA ou HDMI pour les	Salle multimédia	2 à 12	25

N°	Désignation	Description	Type de local	Compétence	Quantité
		projecteurs, système d'exploitation Windows 10 ou 11			
8	Réseau Ethernet	Système pour 24 machines et tous les appareils informatiques et bureautiques en réseau	Salle multimédia	2 à 12	1
9	Réseau sans fil, WIFI	Système pour que l'ensemble des unités informatiques installées soient connectées dans le périmètre du centre de formation	Salle multimédia	2 à 12	1
10	Outil de rédaction des rapports	MS Word 2019	Salle multimédia	2 à 12	30
11	Outil de présentation	MS Powerpoint 2019	Salle multimédia	2 à 12	30

6-1-7 Matériel didactique

Cette section précise les livres, dictionnaires, manuels techniques et fascicules destinés aux apprenants, ouvrages de référence et revues, cartes, diagrammes, tableaux et graphiques, planches, etc.

N°	Désignation	Description	Type de local	Compétence	Quantité
1	Ouvrage de référence et revues	• "Community Management: Le guide complet" par Émilie Ogez • "Le Marketing de contenu" par Cendrine Marrouat	SC	2 à 12	2
2	"Social Media Marketing For Dummies"	Auteurs : Shiv Singh et Stephanie Diamond	SC	2 à 12	1
3	"Influence et Manipulation"	Auteur : Robert Cialdini	BF	2 à 12	10

N°	Désignation	Description	Type de local	Compétence	Quantité
4	"Content Strategy for the Web"	Auteurs : Kristina Halvorson et Melissa Rach	BF	2 à 12	10
5	"The Art of Social Media: Power Tips for Power Users"	Auteur : Guy Kawasaki et Peg Fitzpatrick	BF	2 à 12	10
6	"Social Media ROI"	Auteur : Olivier Blanchard	BF	2 à 12	28
7	Marketing Management	Auteur : Kotler Philip et al, 2016, Pearson, 528 pages	BF	2 à 12	5
8	"The New Community ules"	Auteur : Tamar Weinberg	BF	2 à 12	8
9	**Marketing 5.0**	Auteur : Kotler Philip, Hermawan kartajaya, Iwan Setiawan Wiley ,221 P Date de publication :2021,	SC	2 à 12	8

6- 2- RESSOURCES PHYSIQUES

Les ressources physiques du guide d'organisation présentent ici les renseignements portant sur les aménagements qu'exige la mise en œuvre d'un référentiel de formation pour le métier Community Manager. Pour la construction d'une nouvelle structure de formation, ces informations sont essentielles. Que ce soit les salles de classe spécialisées (SCS) ou les espaces de travail, les informations présentées permettent de mettre en évidence les besoins de création, d'adaptation et de modification des locaux et des installations existantes.

Tout aménagement est dépendant de son contexte d'apprentissage. Il est donc important de mettre en relation les aménagements et les activités d'apprentissage. Vu dans ce sens, à l'occasion de l'implantation d'un nouveau référentiel conçu selon l'APC, si la situation et les moyens le permettent, il faut procéder à la mise à niveau de l'ensemble des dispositifs de formation.

Des plans d'aménagements des locaux et des équipements devant répondre aux exigences de la formation doivent donc être suggérés. Les espaces délimités doivent être bien calculés en tenant compte du nombre d'apprenants et du poste de travail, du nombre d'appareils et du type d'équipement utilisé dans les salles et les autres locaux.

La mise en place de certaines installations exige le respect des normes et de règlements.

6.2.1. SCENARIO DE RECHANGE

La formation professionnelle développe les compétences rattachées directement à l'exercice d'un métier. Dans les milieux où les ressources humaines et financières sont limitées, cette formation représente un défi à relever. Pour y parvenir, trois conditions doivent être réunies, à savoir :

- disposer des ordinateurs performants et de qualité ;
- avoir accès à des personnes de qualité ;
- disposer des outils de tests d'intrusion et d'un environnement virtualiser pour simuler les attaques à temps réel.

Pour remplir la première condition, la documentation dans le cadre de la démarche d'ingénierie pédagogique, le matériel didactique et d'évaluation ont été produits.

La réponse appropriée à la deuxième condition est la sélection rigoureuse des nouveaux formateurs, la formation et le perfectionnement du personnel en place.

Une formation de qualité exige un minimum d'équipements et de matière d'œuvre. Étant donné la rareté des ressources financières, il est crucial de rechercher systématiquement le partenariat avec les entreprises pour stimuler l'extension des structures de formation et rendre plus accessible l'accès aux ressources professionnelles.

Les principales pistes à explorer sont les suivantes :

- la promotion des services ;
- la formation en entreprise ;
- le partage d'équipements avec les entreprises (locaux, outils) ;
- la collaboration à l'entretien des équipements de la structure de formation ;
- L'organisation des services aux entreprises comme la formation et le perfectionnement du personnel.

La production et la commercialisation des services

La formation professionnelle exige que les apprenants soient placés en situation de production des services à travers l'exercice de l'apprentissage du métier. Cette production pendant la formation donne lieu à une prestation de service. Il est donc possible d'exploiter ce potentiel pour contribuer à une partie du coût de financement d'une structure de formation. Cependant, il faudra développer un cadre rigoureux qui vise à assurer aux apprenants une bonne formation au détriment de la production et d'autofinancement.

Pour les activités de commercialisation, il faudrait envisager une révision des lois et des règlements qui régissent la gestion des structures de formation, accordant à celle-ci une certaine autonomie et une autorisation de disposer une partie des profits réalisés.

Ces activités de commercialisation nécessitent une révision des modes de gestion des structures de formation afin d'assurer une transparence de gestion, un processus rigoureux de compte rendu et de vérification.

Ces activités de commercialisation nécessitent également une sensibilisation de la communauté pour éviter de considérer les apprenants comme des personnels disponibles à bon marché. Ces activités, considérées comme une concurrence déloyale pour certains, pourraient nuire à la mission de la structure de formation et à son rayonnement.

La formation en entreprise

Dans un contexte où l'accès aux équipements spécialisés est limité, il est avantageux d'établir un partenariat avec les entreprises. Pour cela, il est proposé une approche selon laquelle, l'exploration et l'apprentissage de base se réalisent à la structure de formation et par la suite, le stage en entreprise pourrait compléter la formation, développer la dextérité et approfondir certaines notions ou compétences en relation avec l'environnement de l'entreprise.

Le partage d'équipements avec les entreprises

Dans certains domaines, il est possible que la structure de formation fasse l'achat d'équipement, seul ou avec les entreprises. Cet équipement sera mis partiellement à sa disposition, selon des modalités précises. Cette forme de collaboration permet à la structure de formation de réduire les coûts de d'implantation et de réaliser la formation tout en permettant aussi aux entreprises du milieu d'avoir accès à certains équipements qu'elle ne pourrait pas normalement se procurer.

La collaboration à l'entretien des équipements de la structure de formation

Il est possible d'obtenir la collaboration des entreprises du milieu pour l'entretien ou le renouvellement d'une partie d'équipements, puisqu'il est de l'intérêt des deux parties que ce parc informatique demeure disponible et fonctionnel.

L'organisation des services aux entreprises comme la formation et le perfectionnement du personnel

Par la voie d'échanges, la structure de formation peut offrir aux entreprises des places pour la formation de son personnel en contrepartie de leur contribution à l'appui pour la formation (matériel, équipement, entretien, stage en entreprise, etc.).

Ce type de scénario ne peut être généralisé et uniformisé, mais peut être adapté au contexte du milieu d'implantation de chaque structure de formation.

Les bâtiments de l'administration, la bibliothèque, le centre multimédia, la salle de classe et l'SCS seront chacun dotés d'une centrale solaire, 10h de fonctionnement par jour, 3 jours d'autonomie. Le scenario d'alimentation du réseau d'éclairage de chaque bâtiment est comme suit :

- Centrale solaire en bon état de fonctionnement=Alimentation électrique par l'énergie solaire ;
- Centrale solaire en panne=Alimentation électrique par ENEO ou par groupe électrogène.

Les puissances des kits solaires sont les suivantes :

- Administration : 8 KVA
- Salle de classe : 8 KVA
- SCS : 8 KVA
- Bibliothèque : 8 KVA
- Salle multimédia : 20 KVA

Le branchement de chaque bâtiment aura pour origine de branchement le tableau General basse tension situé dans le bloc technique à l'entrée du centre.

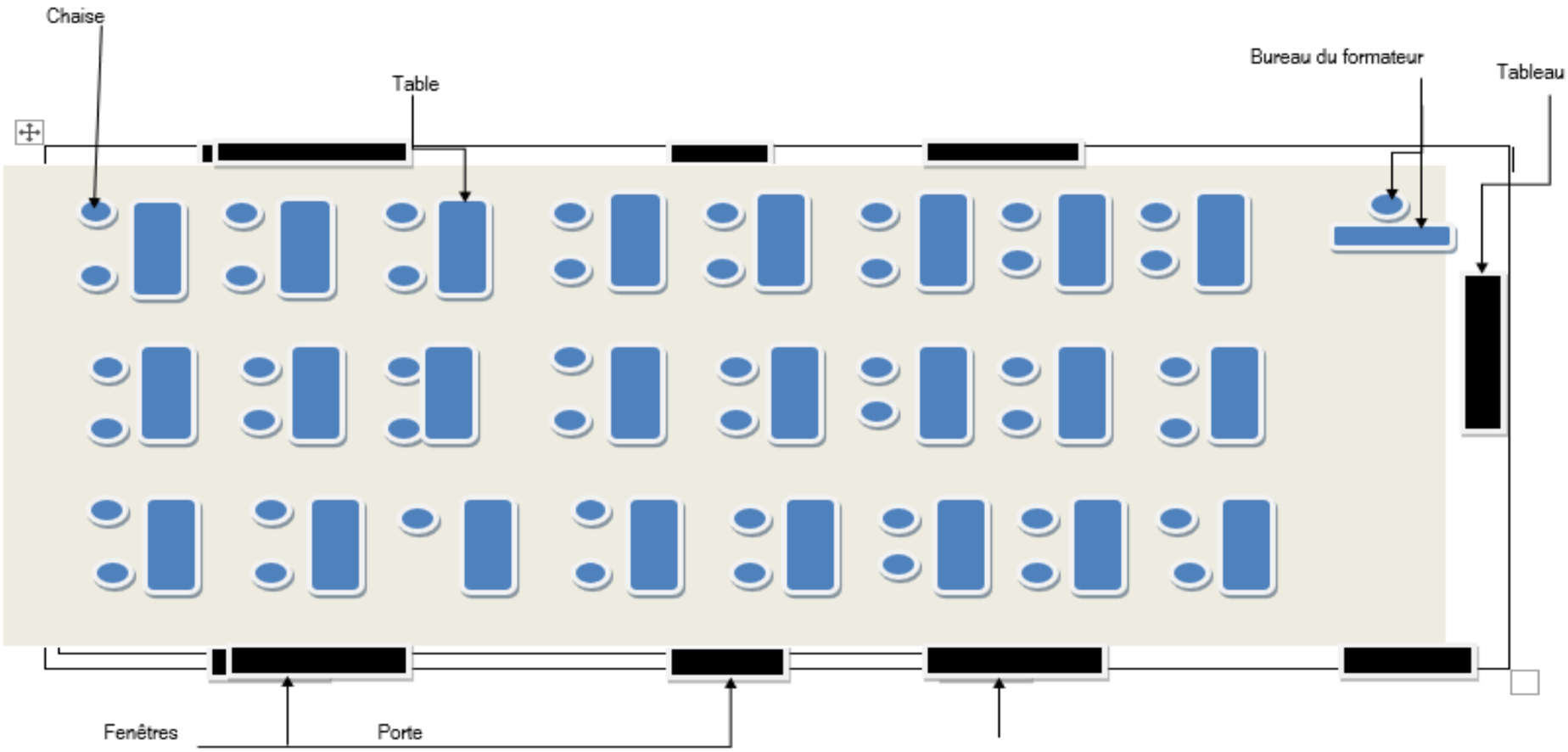
L'éclairage public du pourtour de la plateforme sera assuré par Candélabre solaire 1x84w.

Alimentation téléphonique et en réseau internet

La connexion aux différents réseaux sera assurée par la fibre optique situé dans la salle multimédia. La liaison du local informatique vers les bâtiments sera réalisée par des câbles réseaux et le WIFI.

Les systèmes d'alarme et de détection ; les aires de sports ; le parking.

PLAN D'AMENAGEMENT (PROPOSITION) D'UNE SALLE DE CLASSE



EXEMPLE DE PLAN DE MASSE D'UNE STRUCTURE DE FORMATION



Légende	
Code	Désignation
P1	Parking Visiteur/Service
P2	Parking Personnel
P3	Parking des Cadres
1-1	Guérite 1
1-2	Locaux techniques
2	Administration
3	CDI
4	Auditorium
5	Bloc Pédagogique
6	Restauration

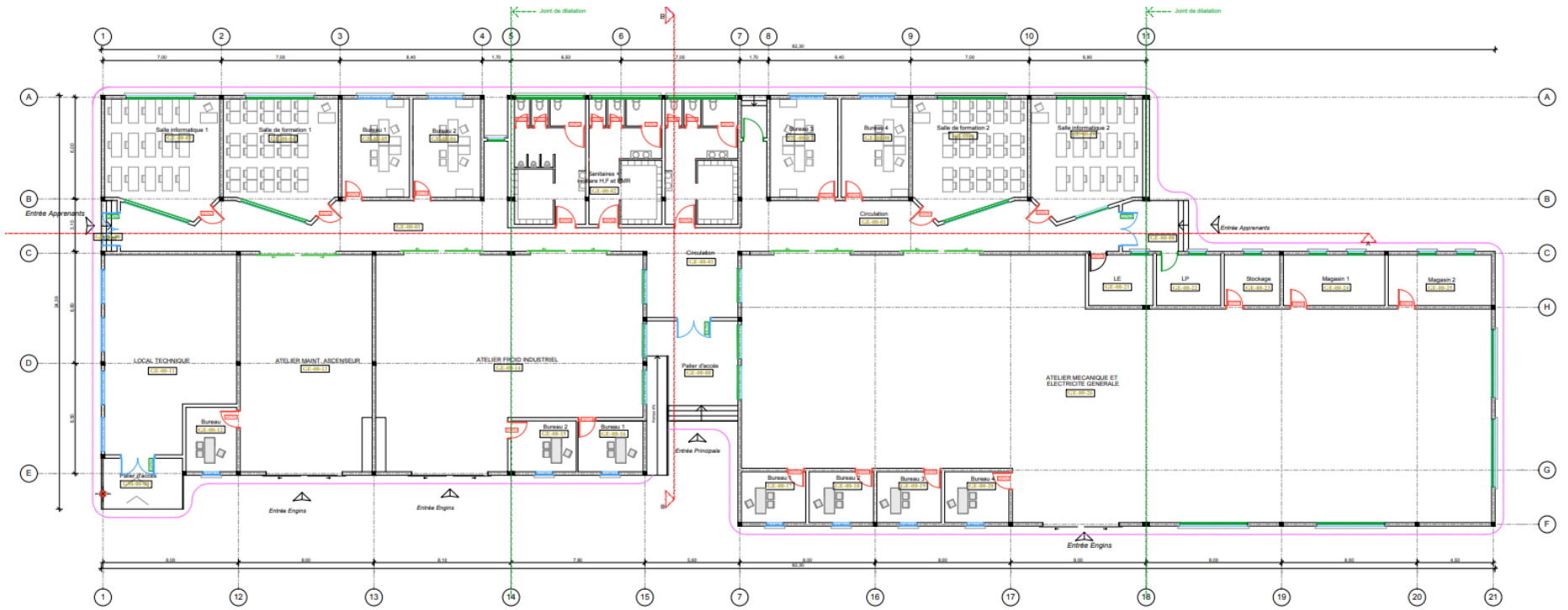
Extension

1-3	Guérite 2
7	Logement Formateurs
8	Logement Apprenants
9	Logement d'Astreinte
	Voie véhicule extension

VRD

Circulation Véhicule
Trottoir
Plateforme
Circulation Piétonne
Parking

EXEMPLE DE PLAN D'OCCUPATION D'SCS, DU METIER COMMUNITY MANAGER



RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

23. Samurçay R. et Pastré, P. (2004), Stratégie de la formation professionnelle, République du Cameroun, Toulouse : Octarès, 187 pages.
24. Organisation Internationale de la Francophonie (2007), Les guides méthodologiques d'appui à la mise en œuvre de l'approche par compétences en formation professionnelle, Guide - Conception et réalisation des études sectorielles et préliminaires, 77 pages.
25. Organisation Internationale de la Francophonie (2007), Les guides méthodologies d'appui à la mise en œuvre de l'approche par compétences en formation professionnelle, Guide - Conception et réalisation d'un référentiel de métier-compétences, 83 pages.
26. Organisation Internationale de la Francophonie (2007), Les guides méthodologiques d'appui à la mise en œuvre de l'approche par compétences en formation professionnelle, Guide - Conception et production d'un guide pédagogique, 61 pages.
27. Organisation Internationale de la Francophonie (2007), Les guides méthodologiques d'appui à la mise en œuvre de l'approche par compétences en formation professionnelle, Guides - Conception et production d'un guide d'évaluation, 86 pages.
28. Heath C. et Heath D, 2007, Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die, Random House, 291 pages
29. Kaushik A, 2009, Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity, Wiley Publishing, 512 pages
30. Hemann C. et Burbary K, 2013, Digital Marketing Analytics: Making Sense of Consumer Data in a Digital World, Que Publishing, 364 pages
31. Vaynerchuk G, 2013, Jab, Jab, Jab, Right Hook: How to Tell Your Story in a Noisy Social World, Harper Business, 224 pages.
32. Winston W. L, 2014, Marketing Analytics: Data-Driven Techniques with Microsoft Excel, Wiley, 720 pages
33. Berger J, 2014, Contagious: How to Build Word of Mouth in the Digital Age, (1), Simon & Schuster Ltd, 256 pages.
34. Sutherland J, 2014, Scrum: The Art of Doing Twice the Work in Half the Time, volume, Crown Currency, 384 pages.
35. Gallo C, 2014, Talk Like TED: The 9 Public-Speaking Secrets of the World's Top Minds, volume 1, St. Martin's Press, 288 pages.
36. Kawasaki G. et Fitzpatrick P, 2014, The Art of Social Media: Power Tips for Power Users, Portfolio/Penguin, 208 pages.
37. Deiss R. et Henneberry R, 2020, Digital Marketing For Dummies, John Wiley & Soons, 368 pages.
38. Jeff J, 2016, Agile Marketing: Building Endurance for Your Content Marketing Team, Squared Digital, 392 pages.
39. Crestodina A, 2022, Content Chemistry: The Illustrated Handbook for Content Marketing, Orbit Media Studios, Inc, 376 pages.
40. Chaffey D. et Ellis-Chadwick F, 2022, Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice, volume 1, Pearson Education, 4848 pages.
41. Michelle Krasniak, Zimmerman J. et Deborah Ng, 2023, Social Media Marketing All-in-One For Dummies, volume , Wiley, 784 pages.

42. Caroline Faillet "Community Management: Stratégies et bonnes pratiques pour interagir avec vos communautés"–
43. Robert Rose, (August 2020). How Content Marketing Can Save Your Digital Marketing Strategy. Content Marketing Institute, https://contentmarketinginstitute.com/articles/digital-marketing-strategy/
44. Angela Petteys, (November 2023). A Beginner's Guide to Google Search Console. MOZ Blog, https://moz.com/blog/a-beginners-guide-to-the-google-search-consol