

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 SKILLS
DEVELOPMENT PROJECT

PROJECT COORDINATION UNIT

TECHNICAL COORDINATION OF
COMPONENT II

LETTRE-COMMANDE N°002/LC/PADESCE/UCP/CG/SPM/2024

REFERENTIEL DE FORMATION PROFESSIONNELLE

Selon l'Approche Par Compétences (APC)

GUIDE PEDAGOGIQUE (GP)

SECTEUR : NUMERIQUE

METIER : COMMUNITY MANAGER

NIVEAU DE QUALIFICATION : TECHNICIEN SPECIALISE



Le Consultant



FISCAGEST CONSULTING AND CONTRACTOR

Situé Face SHO-YAOUNDE : / BP : 5545 / Tél : 699 89 40 69

E-mail : gedeonjoe@yahoo.fr / NIU : M031100037145A / RC/YAO/2011/B216

Août 2024

REMERCIEMENTS

Ce Guide Pédagogique 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 au métier de Community Manager (Niveau de qualification : Technicien) et sa valorisation 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 Guide Pédagogique.

Que ces acteurs consultés, dont les noms figurent sur la liste ci-jointe trouvent ici l'expression de nos remerciements pour leurs disponibilités et leurs contributions.

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

LISTE DES PERSONNES CONSULTÉES

N°	NOMS ET PRÉNOM	STRUCTURE	QUALIFICATION	CONTACT
1	BISSOHONG Ingrid	Auto Emploi	Community Manager	656 919 146
2	TIYON Guy	UCAC	Employabilité & Stages	696 412 895
3	BACHIROU ADIB	KULTRA/HITS2NGOLA	Community Manager	672 848 860
4	MALIAGO Ingrid	KAMIT GLAM	Community Manager	672 848 860
5	MOUNGAM Cedric Emmanuel	ESSEC- DOUALA	Enseignant	651586704 /691606219
6	BACHIROU Adib	Auto Emploi	Community Manager	672 848 860
7	OWONO Fanny	Auto Emploi	Community Manager	656 171 424

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS	i
ABRÉVIATIONS ET ACRONYMES	ii
LISTE DES PERSONNES CONSULTÉES	iii
PREMIERE PARTIE : STRATEGIES DE FORMATION	1
I. PRÉSENTATION GENERALE DU GUIDE.....	2
1. Nature.	2
2. Buts.....	2
II. PRINCIPES PÉDAGOGIQUES	3
III. PROJET DE FORMATION ET INTENTIONS PÉDAGOGIQUES	4
IV. PRÉSENTATION GÉNÉRALE DU RÉFÉRENTIEL DE FORMATION	4
V. LISTE DES COMPÉTENCES	5
VI. STRATEGIES PEDAGOGIQUES.....	9
VII. PRÉSENTATION DU CHRONOGRAMME.....	10
DEUXIEME PARTIE : SUGGESTIONS PEDAGOGIQUES	13
VIII. PRESENTATION DES FICHES DE SUGGESTION PEDAGOGIQUES	14
COMPETENCE 01 : SE SITUER AU REGARD DU METIER ET DE LA FORMATION	15
COMPETENCE 02 : COMMUNIQUER EN MILIEU PROFESSIONNEL.....	18
COMPETENCE 03 : PREVENIR LES ATTEINTES A LA SANTE, A LA SECURITE, A L'INTEGRITE PHYSIQUE ET L'ENVIRONNEMENT	21
COMPETENCE 04 : UTILISER LES NOTIONS DE BASE EN INFORMATIQUE	25
COMPETENCE 05 : APPLIQUER LES PRINCIPES DU MARKETING FONDAMENTAL	28
COMPETENCE 06 : EXPLOITER LES ASPECTS LEGAUX ET ETHIQUES DU DIGITAL	31
COMPETENCE 07 : UTILISER LES DONNEES SUR LE COMPORTEMENT DES CONSOMMATEURS.....	33
COMPETENCE 08 : DEVELOPPER LES STRATEGIES DE CONTENU	38
COMPETENCE 09 : ELABORER LE MIX DIGITAL.....	42
COMPETENCE 10 : ORGANISER LES EVENEMENTS EN LIGNE	45
COMPETENCE 11 : GERER UNE PLATEFORME DIGITALE	49
COMPETENCE 12 : GERER LA E-REPUTATION.....	53
COMPETENCE 13 : RECHERCHER L'EMPLOI	58
COMPETENCE 14 : S'INTEGRER EN MILIEU PROFESSIONNEL.....	60
REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES.....	63

PREMIERE PARTIE : STRATEGIES DE FORMATION

I. PRÉSENTATION GENERALE DU GUIDE

1. 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.

2. 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 des 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.

II. 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 expérimentiels 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.

III. 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. 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 maîtriser 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 maîtriser 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.

V. 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

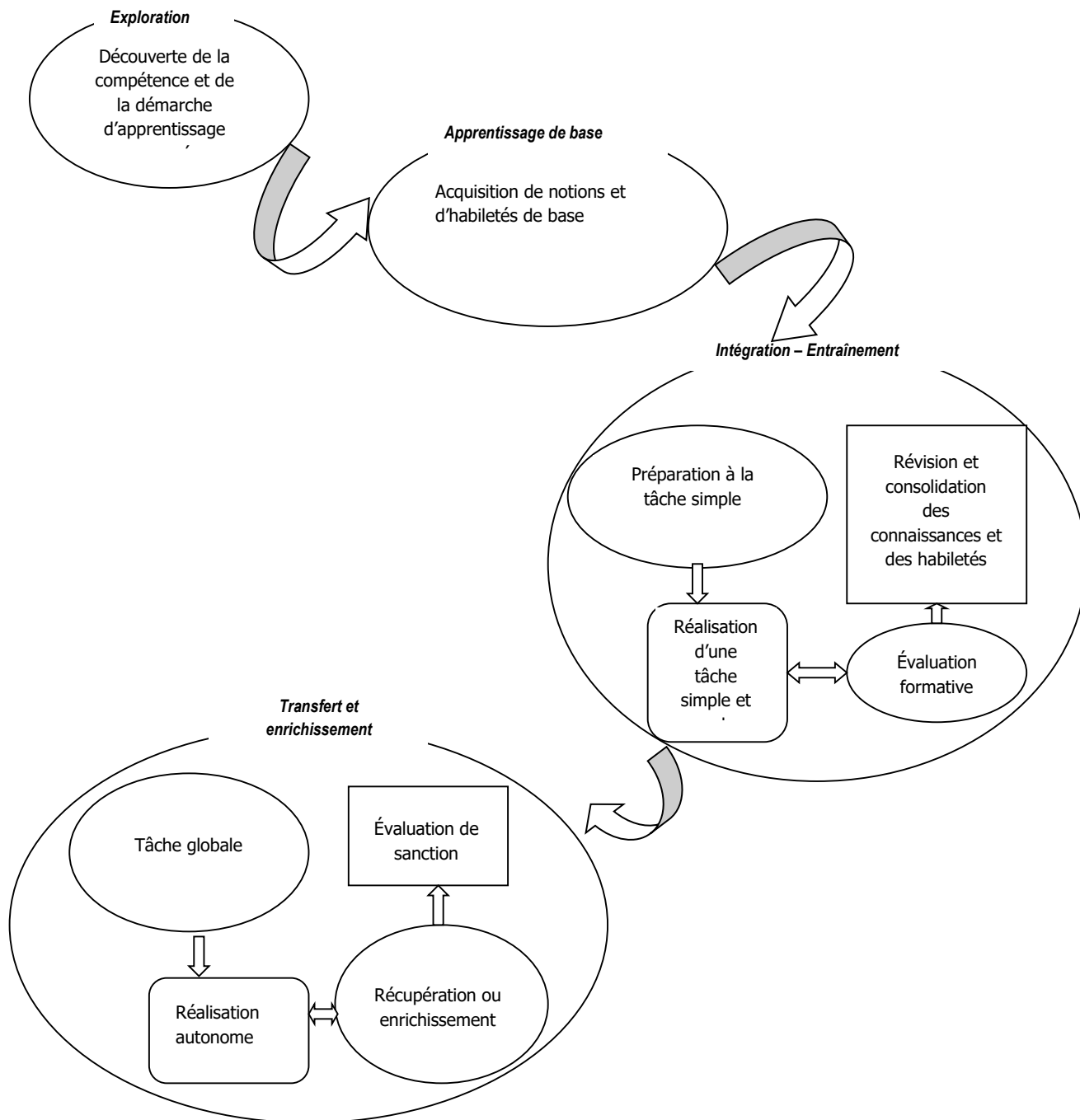
TABLEAU 1 : SYNTHÈSE DU PROGRAMME DE FORMATION

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 éthique du digital	Les aspects légaux et éthique 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 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	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		

VI. STRATEGIES PEDAGOGIQUES

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



VII. 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								10	10	15					35
3								10	10	15					35
4			15					10	10						35
5			5					10	10	10					35
6			15					5	5	5	5				35
7			20								15				35
8	15		15								5				35
9	15	20													35
10	15	20													35
11	15	20													35
12	10		10	15											35
13	15			20											35
14	15		5	15											35
15	15			20											35
16	15			5	15										35
17	15				20										35
18	5				30										35
19					20						15				35
20										10	20				30
21			5		5									25	35
22				15										20	35

23												15	20		35
24												15	20		35
25												15	20		35
26			30							5					35
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

VIII. 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

COMPETENCE : Se situer au regard du métier et de la formation		CODE : MEF01
NUMERO : 01	DUREE D'APPRENTISSAGE/D'EVALUATION : 28 heures/02 heures	
MODULE ASSOCIE	Métier et formation	
<p>FONCTION ET POSITION DE LA COMPETENCE Ce module est le tout premier par lequel l'apprenant amorcera sa formation en maintenance des systèmes industriels. Il vise à l'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 lui permettra 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</p>		
<p>DEMARCHE PARTICULIERE A LA COMPETENCE. Il est suggéré de répartir le temps d'apprentissage selon les proportions suivantes :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. S'informer des réalités du métier et des perspectives professionnelles : 50% 2. S'informer sur le référentiel et la démarche de formation : 27% 3. Confirmer ou infirmer son orientation professionnelle : 17% <p>Evaluation : 6%</p>		
Savoirs liés à la compétence	Balises/Eléments de contenu	Activités d'enseignement et d'apprentissage
1- S'informer des réalités du métier et des perspectives professionnelles		
1.1. Décrire des méthodes de repérage d'information	<ul style="list-style-type: none"> • Conditions de réceptivité : attention visuelle ; attention auditive ; climat favorable ; intérêt ; concentration ; bien-être physique et psychologique. • Connaissance au départ de ce que l'on cherche. • Préparation pour discerner les points importants. 	Par des exposés, à l'aide de documentation, de conférences, de visite de terrain ou de recherches personnelles, l'apprenant sera informé sur les différents types d'entreprises évoluant dans le secteur du digital, sur les conditions d'exercice du métier, les exigences du marché et les possibilités d'évolution.

COMPETENCE : Se situer au regard du métier et de la formation		CODE : MEF01
NUMERO : 01	DUREE D'APPRENTISSAGE/D'EVALUATION : 28 heures/02 heures	
MODULE ASSOCIE	Métier et formation	
1.2. Distinguer une tâche d'une activité.	<ul style="list-style-type: none"> • Définitions des termes tels que tâche, activité 	
1.3. Décrire les particularités du marché du travail	<ul style="list-style-type: none"> • Délimitation du métier. • Catégories d'employeurs. 	
1.4. Indiquer les exigences du métier	<ul style="list-style-type: none"> • Conditions de travail. • Possibilités d'avancement. • Égalité des sexes. • Salaires 	
2- S'informer sur le référentiel et la démarche de formation		
2.1 Énoncer les principes généraux de l'approche par compétences.	<ul style="list-style-type: none"> • Pédagogie de la réussite. • Approche active centrée sur l'élève. • Approche curriculaire, intégrée, multidimensionnelle et critériée. 	<p>Par des exposés, à l'aide de documentation, de conférences, l'apprenant sera informé de la pertinence du programme de formation, des conditions de réussite et du mode d'évaluation.</p> <p>-Motiver les apprenants à entreprendre les activités proposées.</p>
2.2 Lister les composantes du programme de formation.	<ul style="list-style-type: none"> • Modules du programme. • Stages en entreprise. 	
2.3 Distinguer les habiletés, les aptitudes et les connaissances nécessaires pour exercer le métier.	<ul style="list-style-type: none"> • Définitions des termes tels qu'habileté, Aptitude... 	
3- Confirmer ou infirmer son orientation professionnelle		

COMPETENCE : Se situer au regard du métier et de la formation		CODE : MEF01
NUMERO : 01	DUREE D'APPRENTISSAGE/D'EVALUATION : 28 heures/02 heures	
MODULE ASSOCIE	Métier et formation	
3.1 Distinguer les aptitudes des champs d'intérêt	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • Autoévaluation. • Raisons motivant la décision. 	
3.3 Décrire les principaux éléments d'un rapport confirmant un choix d'orientation professionnelle	<ul style="list-style-type: none"> • 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 : Communiquer en milieu professionnel		CODE : COM02
Numéro : 02	DUREE D'APPRENTISSAGE/D'EVALUATION : 42 heures/ 3h	
MODULE ASSOCIE	Communication en milieu professionnel	
FONCTION ET POSITION DE LA COMPETENCE		
<p>La mise en œuvre de cette partie d'apprentissage vise à faire acquérir à l'apprenant le potentiel nécessaire à tout acte de communication en milieu de travail. 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 pour communiquer dans les deux langues officielles.</p> <p>Cette compétence prépare l'apprenant à soutenir et à soigner son langage pour une meilleure communication en milieu professionnel.</p>		
DEMARCHE PARTICULIERE A LA COMPETENCE		
<p>Il est suggéré de répartir le temps d'apprentissage selon les proportions suivantes :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Exploiter les ressources des langues officielles : 27% 2. Interagir avec les membres de l'équipe et la hiérarchie : 22% 3. Produire des écrits généraux et professionnels : 27% 5. Encadrer une équipe de travail : 18% <p>Evaluation : 6%</p>		
Savoirs liés à la compétence	Balises/Eléments de contenu	Activités d'enseignement et d'apprentissage
1. Exploiter les ressources des langues officielles		
1.1 S'approprier les termes et expressions relatifs au métier en français et en anglais	<ul style="list-style-type: none"> • Vocabulaire technique et professionnel • Glossaire des termes usuels en maintenance industrielle • Explication du sens des mots dans leurs contextes 	<p>Le formateur présentera, par des exposés, les principes grammaticaux, de vocabulaire et d'orthographe, ainsi que le glossaire technique lié au métier.</p> <p>Par le biais des exercices, l'apprenant vérifie son niveau d'acquisition de l'élément de compétence.</p>
1.2 Utiliser le français et le l'anglais	<ul style="list-style-type: none"> • Conjugaison • Grammaire • Orthographe • Vocabulaire 	

COMPETENCE : Communiquer en milieu professionnel		CODE : COM02
Numéro : 02		DUREE D'APPRENTISSAGE/D'EVALUATION : 42 heures/ 3h
	<ul style="list-style-type: none"> • Construction des phrases Etc. 	
1.3. Exploiter un texte et des ressources documentaires en français et anglais	<ul style="list-style-type: none"> • Extraction d'informations 	
2. Interagir avec les membres de l'équipe et la hiérarchie		
2.1 Exprimer une opinion en français	<ul style="list-style-type: none"> • Formulation du message oral • Formules de politesse • Attitudes physiques et comportementales 	Le formateur présentera, par des exposés, les principes d'expression orale, ainsi que les règles de respect de la hiérarchie. Par le biais des exercices, l'apprenant vérifiera son niveau d'acquisition de l'élément de compétence.
2.2 Exprimer une opinion en Anglais	<ul style="list-style-type: none"> • Formulation du message oral • Formules de politesse • Attitudes physiques et comportementales 	
3. Produire des écrits généraux et professionnels		
3.1 Rédiger une correspondance administrative en français et anglais	<ul style="list-style-type: none"> • Demande d'emploi/ stage • Demande de permission • Demande de congé Etc. 	Le formateur présentera, par des exposés, les principes et règles de rédaction et de production d'écrit divers. Par le biais des exercices, l'apprenant vérifiera son niveau d'acquisition de l'élément de compétence.
3.2 Rédiger un rapport en français et anglais	<ul style="list-style-type: none"> • Règles de rédaction d'un rapport de réunion / d'activité • Règles de rédaction d'un rapport de stage 	
4. Encadrer une équipe de travail.		
4.1 Identifier les compétences de l'équipe	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboration du bilan des compétences • Identification des besoins en compétences et des formations 	Le formateur présentera, par des exposés, les principes de gestion d'une équipe de travail. Par le biais des exercices, l'apprenant vérifie son niveau d'acquisition de l'élément de compétence.
4.2 Etablir une relation conseil	<ul style="list-style-type: none"> • Etablissement du bilan fonctionnel du vis-à-vis • Exploitation des documents • Revue des installations techniques Etc. • Rédiger le bilan 	

COMPETENCE : Communiquer en milieu professionnel		CODE : COM02
Numéro : 02		DUREE D'APPRENTISSAGE/D'EVALUATION : 42 heures/ 3h
	<ul style="list-style-type: none"> • Ressortir les points forts et faibles de l'installation • Emettre des suggestions d'amélioration • Proposer une méthodologie d'intervention / un devis 	

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 : 28h/02h	
MODULE	Santé, à la sécurité, à l'intégrité physique et l'environnement	
FONCTION ET POSITION DE LA COMPETENCE		
<p>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.</p> <p>Ce module de formation, en permettant à l'apprenant de distinguer les risques inhérents au travail de technicien en marketing digital, 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.</p>		
DEMARCHE PARTICULIERE A LA COMPETENCE		
<p>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</p> <p>Il est suggéré de répartir le temps d'apprentissage selon les proportions suivantes :</p> <ol style="list-style-type: none"> 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% <p>Evaluation : 6%</p>		
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 : 28h/02h	
MODULE	Santé, à la sécurité, à l'intégrité physique et l'environnement	
1.1 Identifier le corpus et le dispositif juridique lié au HSE	<ul style="list-style-type: none"> • Définition des concepts relatifs au HSE • Cadre juridique et réglementaire 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 Marketing Digital		
2.1. Identifier les risques professionnels du métier de technicien en marketing digital	<ul style="list-style-type: none"> • 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
2.2. Identifier les Impacts et mesures environnementaux	<ul style="list-style-type: none"> • Impact négatif du métier sur l'environnement • Impact positif du métier sur l'environnement • Mesures environnementales 	L'apprenant s'exercera à travers des activités de recherche et présente devant ses pairs le résultat de ses travaux.
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	<ul style="list-style-type: none"> • 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.

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 : 28h/02h	
MODULE	Santé, à la sécurité, à l'intégrité physique et l'environnement	
	purification de l'air, gestion des câbles, éclairage, etc.) <ul style="list-style-type: none"> • Sécurité des installations • Sensibilisation et formation • Signalisation • Ergonomie au poste de travail 	L'apprenant s'exercera à travers des activités pratiques de gestes et postures au poste de travail.
3.2. Identifier les risques liés à la sécurité informatique et les moyens de prévention dédiés	<ul style="list-style-type: none"> • Menace de sécurité informatique : causes et conséquences • Risques de sécurité informatique : <ul style="list-style-type: none"> - 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	<ul style="list-style-type: none"> • Les types de situation d'urgence <ul style="list-style-type: none"> - Les incendies - Les explosions 	

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 : 28h/02h	
MODULE	Santé, à la sécurité, à l'intégrité physique et l'environnement	
4.2. Organiser l'intervention d'urgence	<ul style="list-style-type: none"> • La délimitation de la zone sinistrée • Les équipements d'urgence • Les précautions utiles • Les soins de premier secours 	<p>Le formateur à travers des exposés permettra aux apprenants d'évaluer le niveau des risques en cas d'urgence.</p> <p>L'apprenant développera des attitudes, aptitudes et présente la maîtrise de l'élément de compétence à travers des exercices pratiques.</p>
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	<ul style="list-style-type: none"> • Documents scientifiques • Les maladies infectieuses • Les risques • Les modes de transmission • Les moyens de prévention Etc. 	<p>Par des exposés, à l'aide de documentation, de conférences, l'apprenant sera informé des maladies infectieuses, des risques et modes de transmission, etc.</p> <p>Motiver les apprenants à entreprendre les activités de recherche y afférentes.</p>
6. Développer un comportement écologiquement responsable		
6.1. Identifier les enjeux du développement durable	<ul style="list-style-type: none"> • 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) 	<p>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.</p> <p>Le formateur motivera les apprenants à entreprendre les activités de recherche y afférentes.</p>

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		
<p>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.</p> <p>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.</p>		
DEMARCHE PARTICULIERE A LA COMPETENCE.		
<p>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 :</p> <ol style="list-style-type: none"> 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% <p>Evaluation : 6%</p>		
Savoirs liés à la compétence	Balises	Activités d'enseignement et d'apprentissage
1. Préparer son poste de travail		
1.1 Reconnaître les composants d'un ordinateur	<ul style="list-style-type: none"> • Unité centrale et composants : microprocesseur, bloc mémoire, disque dur, cartes, lecteurs, etc. • Mémoires vive et morte. 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Caractéristiques et fonctionnement du clavier, de la souris, du numériseur, du moniteur, de l'imprimante, du lecteur de disquettes, du lecteur de cd-roms, 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 démonstrations, le formateur s'assurera que les apprenants par le biais d'exercices répétés maîtrisent l'exécution de ces opérations.
1.2 Reconnaître les ports de branchement des périphériques	<ul style="list-style-type: none"> • 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. 	
2. Utiliser les fonctions de base d'un système d'exploitation		
2.1 Utiliser un logiciel d'exploitation.	<ul style="list-style-type: none"> • Logiciel 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 Créer des dossiers et classer des fichiers	<ul style="list-style-type: none"> • 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 Créer des copies de sécurité.	<ul style="list-style-type: none"> • 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.	<ul style="list-style-type: none"> • Fonctions de base d'un logiciel de traitement de texte • Caractéristique 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,

3.2 Sauvegarder et imprimer des documents.	<ul style="list-style-type: none"> • Procédure de sauvegarde de documents. • Identification de l'imprimante, nombre de copies, choix du format, etc. • Raccourcis clavier 	par le biais d'exercices répétés, maîtrisent l'exécution de ces opérations.
4. Monter une présentation		
4.1 Utiliser des logiciels de présentation de texte	<ul style="list-style-type: none"> • Fonctions de base de logiciel de présentation de texte : (Power point et Publisher) • Création de fichier 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 Sauvegarder et imprimer des documents.	<ul style="list-style-type: none"> • Procédure de sauvegarde de documents. • Identification de l'imprimante, nombre de copies, choix du format, etc. • Raccourcis clavier 	
5. Naviguer sur internet		
5.1 Connaître les différents moteurs de recherche.	<ul style="list-style-type: none"> • Caractéristiques d'un logiciel de navigation • Moteurs de recherche • Procédure de sauvegarde des informations trouvées. 	Par un exposé, le formateur donnera aux apprenants les différents moteurs de recherche tout en leur expliquant comment fonctionne le courrier électronique
5.2 Savoir utiliser le courrier électronique.	<ul style="list-style-type: none"> • Réception d'un message : ouverture, fichier attaché, etc. • Envoi d'un message • Gestion du carnet d'adresses • Archivage et gestion des courriels 	

COMPETENCE 05 : APPLIQUER LES PRINCIPES DU MARKETING FONDAMENTAL

COMPETENCE : Appliquer les principes du marketing fondamental		
NUMERO : 05	DUREE D'APPRENTISSAGE/D'EVALUATION : 56heures/ 4h	
MODULE ASSOCIE	Les principes du marketing fondamental	
FONCTION ET POSITION DE LA COMPETENCE		
<p>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.</p> <p>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.</p>		
DEMARCHE PARTICULIERE A LA COMPETENCE.		
<p>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 :</p> <ol style="list-style-type: none"> 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% <p>Evaluation : 6%</p>		
Savoirs liés à la compétence	Balises	Activités d'enseignement et d'apprentissage
1. Comprendre les besoins et désirs du consommateur		

Déterminer les attentes spécifiques des clients	<ul style="list-style-type: none"> • Techniques d'identification des attentes des clients • Segmentation et personnalisation des offres • Evaluation et ajustement des stratégies 	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Le formateur encadre les activités des apprenants afin d'assurer l'intégration des apprentissages.</p>
Utiliser les outils pratiques et accessibles	<ul style="list-style-type: none"> • Outils de productivité et de collaboration • Outils de marketing et de création de contenu • Outils d'analyse et de reporting 	
Identifier les motivations des consommateurs	<ul style="list-style-type: none"> • Méthodes d'identification des motivations des consommateurs • Application des connaissances sur les motivations à la stratégie • Ajustement des stratégies basées sur les motivations 	
2. Appliquer les fondamentaux du marketing numérique		
Comprendre le comportement des utilisateurs	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	<p>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</p> <p>Les apprenants prennent note, posent des questions et appliquent les activités présentées par le formateur.</p>
Identifier les principes de base du marketing numérique	<ul style="list-style-type: none"> • Définition • Identification des principes de base du marketing numérique • Cas pratique 	
3. Développer une stratégie marketing		
Evaluer de la pertinence des actions	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	<p>Le formateur fournit les données, des études de cas réelles ou imaginaires sur le développement d'une stratégie marketing.</p> <p>Les apprenants prennent note, posent des questions et appliquent les activités présentées par le formateur.</p>
Mesurer les indicateurs de performance	<ul style="list-style-type: none"> • Définition et mesure des kpi • Analyse et interprétation des kpi • Optimisation basée sur les kpi 	

Améliorer la visibilité	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • Création de profils de personnes • Création de segments de marché • Utilisation des personnes et segments de marché 	
Segmenter les audiences en groupes distincts	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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 : 42heures/ 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 :		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Appliquer les réglementations 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 réglementations en vigueur		
S'approprier des lois et réglementations	<ul style="list-style-type: none"> • Réglementations 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.
Exploiter la conformité aux normes et aux lois en vigueur	<ul style="list-style-type: none"> • Mise en œuvre des pratiques conformes • Surveillance et audit de la conformité 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Cas pratiques et application des connaissances 	<p>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.</p> <p>Le formateur encadre les activités des apprenants afin d'assurer l'intégration des apprentissages..</p>
Adopter les acquisitions aux besoins spécifiques	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • Mesures de sécurité physique et technologique • Mesures de sécurité organisationnelles et opérationnelles • Application des mesures de sécurité et présentation des projets 	<p>Par l'entremise d'exposés et/ou d'études de cas, le formateur présente aux apprenants les mesures en matière de sécurité des données.</p> <p>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.</p> <p>Le formateur encadre les activités des apprenants afin d'assurer l'intégration des apprentissages..</p>
Appliquer les mesures de sécurité	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • Cadres réglementaires spécifiques • Mise en conformité avec les cadres réglementaires • Analyse et application des cadres réglementaires 	<p>Par l'entremise d'exposés et/ou d'études de cas, le formateur présente aux apprenants les divers cadres réglementaires sur la propriété intellectuelle.</p> <p>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.</p> <p>Le formateur encadre les activités des apprenants afin d'assurer l'intégration des apprentissages..</p>
Identifier les différents droits de propriété	<ul style="list-style-type: none"> • Droits d'auteur • Brevets et marques • Application et gestion des droits de propriété 	
Protéger les droits d'auteur	<ul style="list-style-type: none"> • 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
<p>FONCTION ET POSITION DE LA COMPETENCE</p> <p>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 marketing digital. 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.</p> <p>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 ».</p>	
<p>DEMARCHE PARTICULIERE A LA COMPETENCE.</p> <p>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 :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Interpréter le comportement du consommateur pour comprendre ses préférences et ses décisions d'achat : 22% 2. Segmenter le marché en entités homogènes : 27% 	

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	
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
1. Interpréter le comportement du consommateur pour comprendre ses préférences et ses décisions d'achat		
1.1. Collecter les données	<ul style="list-style-type: none"> • Sources de données disponibles • Méthodes de collecte de données • Éthique de la collecte de données 	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
1.2. Identifier les facteurs d'influence et de décision des consommateurs	<ul style="list-style-type: none"> • Besoins et des désirs des consommateurs • Processus de prise de décision • Facteurs externes et internes • Tendances et évolutions du marché 	
1.3. Utiliser les outils d'analyse des données comportementales	<ul style="list-style-type: none"> • Outils d'analyse • Interprétation des données comportementales • Interprétation des données des performances • Utilisation des données comportementales pour prendre des décisions 	<p>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.</p> <p>Les apprenants sélectionnent un produit ou un service spécifique qui leur a été montré par le formateur et mènent une analyse approfondie du marché.</p>

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	
2. Segmenter le marché en entités homogènes		
2.1. Identifier les segments du marché	<ul style="list-style-type: none"> • Bases de la segmentation du marché • Critères de segmentation • Processus de segmentation • Profilage des segments • Stratégies de marketing ciblé 	<p>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 segmentation du marché et de regroupement des consommateurs.</p>
2.2. Identifier les groupes de consommateurs de caractéristiques identiques	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>

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	
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	<ul style="list-style-type: none"> • Présentation des concepts de base des attitudes et des comportements 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 	<p>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 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.</p> <p>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.</p>
3.2. Utiliser les techniques de persuasion	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	<p>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.</p>
3.3. Consigner les résultats de la persuasion des consommateurs sur les attitudes et les comportements des consommateurs	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	<p>Le formateur montre aux apprenants des publicités existantes et leur demande d'identifier les techniques de persuasion utilisées.</p>

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	
4. Adapter la communication au public cible		
4.1. Déterminer les caractéristiques comportementales du public cible	<ul style="list-style-type: none"> • Concept de public cible en marketing digital • Segmentation du public cible • Sources de données sur le public cible • 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 	<p>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 comportementales à prendre en compte. Il explique les méthodes de collecte et d'analyse de données sur le comportement des consommateurs.</p> <p>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.</p>
4.2. Sélectionner les canaux de communication appropriés du contenu de message et du ton	<ul style="list-style-type: none"> • 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 : 135heures/ 15h	
MODULE ASSOCIE	Développement des stratégies de contenu	
<p>FONCTION ET POSITION DE LA COMPETENCE</p> <p>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 8^{ème} position des compétences particulières</p>		
<p>DEMARCHE PARTICULIERE A LA COMPETENCE.</p> <p>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 :</p> <ol style="list-style-type: none"> 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% <p>Evaluation : 10%</p>		
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	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse des besoins et attentes des Personas • Application et validation des Personas • Cas pratiques 	<p>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. Le formateur encadre les activités des apprenants afin d'assurer l'intégration des apprentissages.</p>
Déterminer les types de contenu appropriés	<ul style="list-style-type: none"> • Types de contenu • Type de contenu en fonction des objectifs et de l'audience • Création et adaptation des types de contenu 	

2. Rédiger le contenu persuasif		
Utiliser un langage simple et accessible	<ul style="list-style-type: none"> Techniques de rédaction et adaptation du langage Évaluation et pratique du langage simple Cas pratique 	<p>Par l'entremise d'exposés et/ou des exemples, le formateur présente aux apprenants les techniques de rédaction d'un contenu persuasif.</p> <p>L'apprenant écoute, pose des questions, exécute les consignes, prend des notes, échange avec d'autres apprenants, participe aux synthèses, note la synthèse.</p> <p>Le formateur encadre les activités des apprenants afin d'assurer l'intégration des apprentissages.</p>
Adapter le contenu à l'audience cible	<ul style="list-style-type: none"> Adapter le ton et le message Contenu visuel et multimédia Mesure et Optimisation 	
Utiliser un langage évocateur qui suscite des émotions spécifiques	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>
Appliquer les principes de base du design graphique	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> Importance des visuels en communication Sélection et création de visuels impactants Intégration des visuels dans différents supports de communication 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Optimisation et évaluation de l'impact des visuels 	
4. Développer une stratégie de médias sociaux		
Choisir les plateformes de médias sociaux	<ul style="list-style-type: none"> • Plateformes de médias sociaux • Stratégie de contenu adaptée aux plateformes • Efficacité des plateformes choisies 	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>
Définir un plan de contenu	<ul style="list-style-type: none"> • Importance d'un plan de contenu • Création du calendrier éditorial • Gestion et optimisation du contenu 	
Identifier les types de contenu à publier	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • Production vidéo • Pré-production : Planification et scénarisation • Production : Techniques de tournage et direction • Post-production : Montage et effets 	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>
Rédiger le scénario et le storyboard	<ul style="list-style-type: none"> • Scénarisation • Rédaction du scénario • Création du storyboard 	
Calibrer le style et du ton de la vidéo à la cible visée	<ul style="list-style-type: none"> • Style et au ton de la vidéo • Analyse de la cible • Adaptation du style et le ton à la cible 	

6. Publier du contenu		
Utilisation des plateformes et outils	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>
Utiliser du contenu pertinent, original et engageant pour le public cible	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • Collecte et analyse des retours • Ajustement des publications en fonction des retours • Optimisation continue et feedback 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 :		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Analyser 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. Analyser les tendances du marché		
Definir les objectifs	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • Méthodes et techniques de collecte d'informations • Organisation, Analyse et Interprétation des Informations 	
Visualiser des flux	<ul style="list-style-type: none"> • 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 profils détaillés de vos clients idéaux	<ul style="list-style-type: none"> • 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 la segmentation et le ciblage du marché.
Diviser le marché en segments basés sur des critères démographiques, psychographiques, comportementaux	<ul style="list-style-type: none"> • Segmentation du marché • Application des critères Démographiques et psychographiques • Segmentation comportementale et Stratégie 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.
3. Utiliser des canaux de distribution numériques		
Identifier les canaux	<ul style="list-style-type: none"> • 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.
Identifier les outils d'automatisation	<ul style="list-style-type: none"> • Automatisation du marketing • Sélection des outils d'automatisation adaptés • Implémentation et optimisation des outils d'automatisation 	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.
Décrire les fonctionnalités	<ul style="list-style-type: none"> • Types de fonctionnalités • Descriptions des fonctionnalités • Avantages des fonctionnalités 	
<ul style="list-style-type: none"> • Identifier les stratégies de tarification en ligne 		

Analyser les modèles freemium, abonnements, et promotions;	<ul style="list-style-type: none"> • 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.
Appliquer les modèles freemium, abonnements, et promotions .	<ul style="list-style-type: none"> • Mise en œuvre du modèle Freemium • Mise en oeuvre du modèle d'Abonnement • Mise en oeuvre des stratégies promotionnelles 	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.
<ul style="list-style-type: none"> • Evaluer les performances 		
Analyser les données	<ul style="list-style-type: none"> • 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.
Recueillir les retours des clients	<ul style="list-style-type: none"> • Techniques de collecte des retours des clients • Analyse et mise en œuvre des retours clients • Communication et suivi 	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.
Recommander les correctifs et mesures	<ul style="list-style-type: none"> • Problèmes et formulation des recommandations • Mise en œuvre et évaluation des correctifs et mesures • Communication et retour d'information 	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 10 : ORGANISER LES EVENEMENTS EN LIGNE

COMPETENCE : Organiser les événements en ligne		
NUMERO : 10	DUREE D'APPRENTISSAGE/D'EVALUATION : 112heures/ 8h	
MODULE ASSOCIE	Organisation des événements en ligne	
FONCTION ET POSITION DE LA COMPETENCE		
<p>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.</p> <p>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.</p>		
DEMARCHE PARTICULIERE A LA COMPETENCE.		
<p>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 :</p> <ol style="list-style-type: none"> 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% <p>Evaluation : 7%</p>		
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	<ul style="list-style-type: none"> • 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.

Identifier l'audience;	<ul style="list-style-type: none"> • Introduction à l'identification de l'audience • Analyse et application des profils d'audience • Application des profils d'audience 	L'apprenant écoute, pose des questions, exécute les consignes, prend des notes, échange avec d'autres apprenants, participe aux synthèses, note la synthèse.
Identifier le contenu et du format de l'événement	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse des objectifs et des besoins • Définition du format de l'événement • Alignement du contenu avec le format • logistique et planification 	Le formateur encadre les activités des apprenants afin d'assurer l'intégration des apprentissages.
2. Planifier et structurer le contenu		
Établir un programme détaillé	<ul style="list-style-type: none"> • Conception du programme détaillé • Validation, communication et ajustements du programme • Gestion des imprévus et ajustements 	
Identifier les intervenants	<ul style="list-style-type: none"> • Identification et sélection des intervenants • Gestion des intervenants et coordination • Elaboration un plan de communication et de gestion pour les intervenants 	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.
Proposer les présentations et du Matériel	<ul style="list-style-type: none"> • Création et proposition des présentations • Sélection et préparation du matériel • Sélection et préparation du matériel nécessaire pour une présentation fictive 	Le formateur encadre les activités des apprenants afin d'assurer l'intégration des apprentissages.
Promouvoir l'Événement	<ul style="list-style-type: none"> • Développement de la stratégie promotionnelle • Mise en œuvre et évaluation des actions promotionnelles • Mise en œuvre d'une campagne promotionnelle pour un événement fictif 	

<ul style="list-style-type: none"> Interagir avec le public 		
Analyser les menaces et vulnérabilités	<ul style="list-style-type: none"> Types de menaces Contexte réglementaire Evaluation des exigences réglementaires 	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>
Exploiter le contexte organisationnel et réglementaire	<ul style="list-style-type: none"> Analyse du contexte organisationnel Intégration du contexte réglementaire Evaluation des exigences réglementaires pour un événement fictif 	
Analyser les mises à jour	<ul style="list-style-type: none"> 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 	
<ul style="list-style-type: none"> Gérer les inscriptions et les participants 		
Identifier les outils d'inscription	<ul style="list-style-type: none"> Types outils d'inscription Utilisation et évaluation des outils d'inscription Configuration et test d'un outil d'inscription pour un événement fictif 	<p>Par l'entremise d'exposés et/ou des exemples, le formateur présente aux apprenants les différentes méthodes de gestion des inscriptions et des participants.</p> <p>L'apprenant écoute, pose des questions, exécute les consignes, prend des notes, échange avec d'autres apprenants, participe aux synthèses, note la synthèse.</p> <p>Le formateur encadre les activités des apprenants afin d'assurer l'intégration des apprentissages.</p>
Fournir les informations	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> Types d'outils interactifs Intégration et utilisation des outils interactifs Création et animation d'une session interactive 	
<ul style="list-style-type: none"> Evaluer les performances 		

Collecter les feedbacks	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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 : 84heures/ 6h	
MODULE ASSOCIE	Gestion d'une plateforme digitale	
FONCTION ET POSITION DE LA COMPETENCE		
<p>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.</p> <p>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.</p>		
DEMARCHE PARTICULIERE A LA COMPETENCE.		
<p>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 :</p> <ol style="list-style-type: none"> 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% <p>Evaluation : 7%</p>		
Savoirs liés à la compétence	Balises	Activités d'enseignement et d'apprentissage
1. Choisir les canaux		
Identifier les canaux	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	<p>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.</p> <p>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.</p>

Adapter le type de contenu au format du canal	<ul style="list-style-type: none"> • Ajustement de la stratégie de 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 	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.
Gérer les grands volumes d'interactions sur différents canaux	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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. Le formateur encadre les activités des apprenants afin d'assurer l'intégration des apprentissages.
Sélectionner les canaux et formats de marketings	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Optimisation continue 	
Exécuter un plan de campagne marketing détaillé	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	<p>Par l'entremise d'exposés et/ou des exemples, le formateur présente aux apprenants les différentes campagnes publicitaires.</p> <p>L'apprenant écoute, pose des questions, exécute les consignes, prend des notes, échange avec d'autres apprenants, participe aux synthèses, note la synthèse.</p> <p>Le formateur encadre les activités des apprenants afin d'assurer l'intégration des apprentissages.</p>
Produire les annonces efficaces et attractives	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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 marketing	<ul style="list-style-type: none"> • 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.
Configurer les paramètres des campagnes des SMS et emails marketings	<ul style="list-style-type: none"> • Configuration des campagnes sms • Configuration des campagnes email • Gestion des listes de contacts • Intégration avec d'autres outil 	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.
Créer les SMS et Emails marketings	<ul style="list-style-type: none"> • Création de SMS Marketing • Création d'Emails Marketing • Respect des règlementations et bonnes pratiques 	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.
5. Payer les droits en ligne		
Identifier les types de paiement	<ul style="list-style-type: none"> • 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.
Exploiter les ressources	<ul style="list-style-type: none"> • Identification des ressources • Utilisation des ressources • Gestion des ressources en contexte de crise • Technologies et outils pour la gestion des ressources 	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.
Exécuter le budget d'une campagne	<ul style="list-style-type: none"> • Planification du budget de campagne • Exécution du budget de campagne • Suivi et analyse des dépenses • Gestion des imprévus et crises budgétaires 	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 12 : GERER LA E-REPUTATION

COMPETENCE : Gérer la E-Réputation		CODE :
NUMERO : 12	DUREE D'APPRENTISSAGE/D'EVALUATION : 84heures/ 6h	
MODULE ASSOCIE	Gestion de la E-Réputation	
FONCTION ET POSITION DE LA COMPETENCE		
<p>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.</p> <p>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.</p>		
DEMARCHE PARTICULIERE A LA COMPETENCE.		
<p>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 :</p> <ol style="list-style-type: none"> 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% <p>Evaluation : 7%</p>		
Savoirs liés à la compétence	Balises	Activités d'enseignement et d'apprentissage
1. Comprendre les médias sociaux		
Interaction des utilisateurs avec le contenu publié	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	Le formateur présente les objectifs de la séquence. Il fait constituer des groupes de travail, donne des médias sociaux.

	<ul style="list-style-type: none"> • Études de cas et analyses pratiques • Tendances émergentes dans l'interaction utilisateur 	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.
Evaluer l'attractivité de la marque sur les médias sociaux	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	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 meilleures pratiques	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	<p>A l'aide des exemples, le formateur amènera l'apprenant à analyser les données.</p> <p>Pendant les explications, l'apprenant suit les explications, prend note puis applique les exemples donnés par le formateur.</p>
Ajuster la stratégie de contenu	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse de la performance du contenu • Identification des points faibles et opportunités • Ajuster les objectifs de la stratégie de contenu • Optimisation du contenu existant 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Création de 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • Élaboration du message • Techniques de communication verbale et non verbale • 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 	<p>A partir des exposés, le formateur présente les stratégies de communication, puis à l'aide des exercices pratiques, le formateur emmènera les apprenants à mettre en application les stratégies apprises.</p> <p>Pendant les explications, les apprenants prennent notes, posent des questions et appliquent les exercices et exemples données par le formateur.</p>
Utiliser les KPI	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Évaluation et révision post-amélioration 	
5. Elaborer des plans de gestion de crise		
Identifier et Évaluer les Risques	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	<p>Par l'entremise d'exposés et/ou des exemples, le formateur présente aux apprenants les différents plans de gestion des crises.</p> <p>L'apprenant écoute, pose des questions, exécute les consignes, prend des notes, échange avec d'autres apprenants, participe aux synthèses, note la synthèse.</p> <p>Le formateur encadre les activités des apprenants afin d'assurer l'intégration des apprentissages.</p>
Communication en Temps de Crise	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • Concepts de base de l'évaluation de crise • Méthodes d'évaluation de la gestion de crise • Critères et indicateurs d'évaluation 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Collecte et analyse des données • Rédaction de rapports d'évaluation • Formation et préparation continue 	
--	--	--

COMPETENCE 13 : RECHERCHER L'EMPLOI

NUMERO : 13	DUREE D'APPRENTISSAGE : 42h/3h
--------------------	---------------------------------------

MODULE	Entrepreneuriat
---------------	------------------------

FONCTION ET POSITION DE LA COMPETENCE

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.

DEMARCHE PARTICULIERE A LA COMPETENCE

La répartition du temps d'apprentissage est suggérée selon les proportions suivantes :

1. S'initier à la connaissance de l'entreprise et des éléments comptables, à l'économie, à des notions juridiques et sociales : 22%
2. S'approprier les techniques de recherche d'emploi : 38%
3. s'approprier les techniques de base de montage d'un projet de création d'entreprise (entrepreneuriat) : 33%

Évaluation : 7%

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'initier à la connaissance de l'entreprise et des éléments comptables, à l'économie, à des notions juridiques et sociales.

1.1. S'approprier la notion d'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> • Rôles • Diversité d'entreprises • Classements selon la taille • Découpage en fonction des services 	Le formateur réitère les éléments de base sur l'entreprise, son fonctionnement et son organisation. L'apprenant reçoit en
--	---	---

COMPETENCE 13 : RECHERCHER L'EMPLOI

1.2. Déterminer les opérations commerciales	<ul style="list-style-type: none">• Besoins du consommateur• Le marché• Flux et documents commerciaux	plus de notions sur le fonctionnement juridique et social de l'entreprise. L'apprenant prend note et parvient à s'approprier des notions reçues.
1.3. Déterminer les éléments comptables	<ul style="list-style-type: none">• Le bilan• Notions de charge, de produits, de valeurs ajoutées, de résultats• Taxe à la valeur ajoutée (TVA)• Eléments de comptabilité matière• Notion d'amortissement à partir d'exemple• Analyse et calcul de coûts	
1.4. Décrire l'entreprise et son environnement	<ul style="list-style-type: none">• Environnement économique• Relation avec les principaux agents de la vie économique• Environnement social et politique	
1.5. S'approprier les notions de base en économie	<ul style="list-style-type: none">• Les entreprises et la production• Les échanges économiques• Les impôts et les prélèvements• Les problèmes économiques	

COMPETENCE 14 : S'INTEGRER EN MILIEU PROFESSIONNEL		
NUMERO : 14	DUREE D'APPRENTISSAGE/D'EVALUATION :300 heures/ 15h	
MODULE	Stage professionnel	
FONCTION ET POSITION DE LA COMPETENCE		
<p>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, les conditions et les critères qui suivent.</p> <p>Cette compétence se subdivisera en deux : une première partie en première année appelée stage d'imprégnation et l'autre partie en deuxième année qui consiste en une mise en situation.</p>		
DEMARCHE PARTICULIERE A LA COMPETENCE		
<p>La répartition du temps d'apprentissage est suggérée selon les proportions suivantes :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Préparer son séjour en milieu de travail : 3% 2. Respecter les principes de discipline et de déontologie :3% 3. Exécuter les activités en milieu de travail : 63% 4. Comparer ses perceptions aux réalités du métier : 6% 5. Rédiger le rapport de stage : 17% <p>Evaluation : 6%</p> <p>L'ordre des éléments, tel que présenté dans le référentiel de formation devrait rester inchangé.</p>		
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	<ul style="list-style-type: none"> • Choix des entreprises • Recherche et démarche pour obtenir une place de stage 	Les éléments de base sur les techniques de recherche et de prospection sont réitérés à l'apprenant par le formateur. L'apprenant reçoit

1.2. Préparer un dossier de candidature	<ul style="list-style-type: none"> • Techniques de rédaction • Modalités de présentation et de dépôt de la demande • Réseau professionnel et ressources 	les connaissances sur les stratégies de réussite de son séjour en milieu de travail.
2. Respecter les principes de discipline et de déontologie		
2.1. Prendre connaissance du règlement de l'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • Respect du règlement de l'entreprise • Discipline personnelle et autonomie • Image de l'entreprise 	
3. Exécuter les activités en milieu de travail		
3.1. Observer le contexte de travail	<ul style="list-style-type: none"> • Produits et marché • Associations professionnelles • Structure de l'entreprise • Conditions de travail • Relations interpersonnelles • Santé et sécurité 	L'apprenant exécutera les tâches qui lui sont confiées sous la conduite et la supervision de 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	<ul style="list-style-type: none"> • Méthode de travail • Tâches prescrites • Qualité du travail fait • Économie du temps et des ressources • Utilisation du matériel et des équipements 	
3.3. S'adapter à des conditions nouvelles	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptation à des travaux complexes • Nouvelles conditions de réalisation • Évolution technologique • Équipements 	

3.4. Relater ses observations sur le contexte de travail et sur les tâches exercées dans l'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> • Milieu de travail • Pratiques professionnelles 	
4. Comparer ses perceptions aux réalités du métier		
4.1. Poser un jugement professionnel sur ses actions	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	<p>Sous la conduite et la supervision de l'encadreur, l'apprenant développera un jugement professionnel.</p> <p>Les apprenants prennent note, posent des questions et appliquent les activités présentées par le formateur.</p>
4.2. Évaluer l'influence de l'expérience sur le choix d'un futur emploi	<ul style="list-style-type: none"> • Conséquences du stage sur le choix d'un emploi 	
5. Rédiger le rapport de stage		
5.1. Appliquer les techniques de rédaction administrative	<ul style="list-style-type: none"> • Techniques de rédaction administrative • Éléments de contenu • Informations présentées • Apprentissages réalisés et situations rencontrées en milieu professionnel 	<p>Sous la conduite et la supervision de l'encadreur, l'apprenant rédigera son rapport 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 présentera.</p>

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>