

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)

REFERENTIEL DE FORMATION (RF)

SECTEUR : NUMERIQUE

METIER : COMMUNITY MANAGER

NIVEAU DE QUALIFICATION : TECHNICIEN



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

TABLE DES MATIERES

EQUIPE DE PRODUCTION	II
REMERCIEMENTS	III
PRESENTATION D'UN REFERENTIEL DE FORMATION.....	6
PRÉSENTATION DES CONCEPTS ET DES PRINCIPALES DÉFINITIONS	7
DESCRIPTION SYNTHÈSE DU REFERENTIEL DE FORMATION.....	8
PREMIERE PARTIE : OBJETS DE LA FORMATION	11
BUTS DU REFERENTIEL.....	12
ÉNONCE DES COMPETENCES.....	13
MATRICE DES OBJETS DE FORMATION	13
LOGIGRAMME.....	17
DEUXIEME PARTIE :	18
PRESENTATION DETAILLEE DES COMPETENCES DU REFERENTIEL	18
MODULE N°01: MÉTIER ET FORMATION.....	19
MODULE N°02 : COMMUNICATION EN MILIEU PROFESSIONNEL.....	21
MODULE N°03 : HYGIÈNE, SANTÉ, SÉCURITÉ ET ENVIRONNEMENT.....	23
MODULE N° 04: NOTIONS DE BASE EN INFORMATIQUE.....	25
MODULE N° 05 : APPLICATION DES PRINCIPES DU MARKETING FONDAMENTAL	26
MODULE N° 06 : LES ASPECTS LÉGAUX ET ÉTHIQUE DU DIGITAL	28
MODULE N° 07: UTILISATION DES DONNÉES SUR LE COMPORTEMENT DES CONSOMMATEURS .	29
MODULE N° 08 : LES STRATEGIES DE CONTENU	30
MODULE N° 09 : ELABORATION DU MIX DIGITAL.....	32
MODULE N°10 : ORGANISATION DES EVENEMENTS EN LIGNE	33
MODULE N° 11 : GESTION D'UNE PLATEFORME DIGITALE.....	34
MODULE N°12 : GESTION DE LA E-REPUTATION.....	36
MODULE N° 13: ENTREPRENEURIAT.....	38
MODULE N°14: STAGE PROFESSIONNEL	39
REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES.....	41

EQUIPE DE PRODUCTION

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

REMERCIEMENTS

Ce Référentiel de Formation (RF) 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 Référentiel de Formation.

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.

ABREVIATIONS ET ACRONYMES

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

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
	MOUNGAM Cedric Emmanuel	ESSEC- DOUALA	Enseignant	651586704 /691606219
5	BACHIROU Adib	Auto Emploi	Community Manager	672 848 860
6	OWONO Fanny	Auto Emploi	Community Manager	656 171 424

PRESENTATION D'UN REFERENTIEL DE FORMATION

a) Nature

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

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

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

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

b) Structure

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

c) Finalité

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

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

d) Éléments prescriptifs

Le Référentiel de formation professionnelle au Cameroun comprend : le Référentiel métier-compétences (RMC), le Référentiel de formation (REF), le Référentiel d'évaluation (REV), le Guide pédagogique (GPE), le Guide d'organisation pédagogique et matérielle (GPM), avec une

distinction entre les différents documents. C'est ainsi qu'on peut distinguer : les référentiels et les guides.

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

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

En résumé, ont un caractère prescriptif :

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

PRÉSENTATION DES CONCEPTS ET DES PRINCIPALES DÉFINITIONS

a. Compétence

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

b. Compétences particulières

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

c. Compétences générales

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

d. Compétence traduite en comportement

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

e. Compétence traduite en situation

Présente une démarche dans laquelle s'inscrit une personne en vue d'un développement personnel et professionnel. Cette méthode s'applique mieux s'il s'agit de viser particulièrement

l'acquisition de compétences qui présentent une forte composante liée à des attitudes ou à des savoir-être. Elle permet de prendre en compte les dimensions profondes de la personnalité, des valeurs et des attitudes.

f. Contexte de réalisation

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

g. Critères de performance

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

h. Critères d'engagement dans la démarche

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

DESCRIPTION SYNTHÈSE DU RÉFÉRENTIEL DE FORMATION

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

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

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

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

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

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

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

Liste des compétences du référentiel de formation

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

Une unité = 15 heures

PREMIERE PARTIE : OBJETS DE LA FORMATION

BUTS DU REFERENTIEL

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

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

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

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

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

ÉNONCE DES COMPÉTENCES.

a) Compétences générales

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

b) Compétences particulières

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

MATRICE DES OBJETS DE FORMATION

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

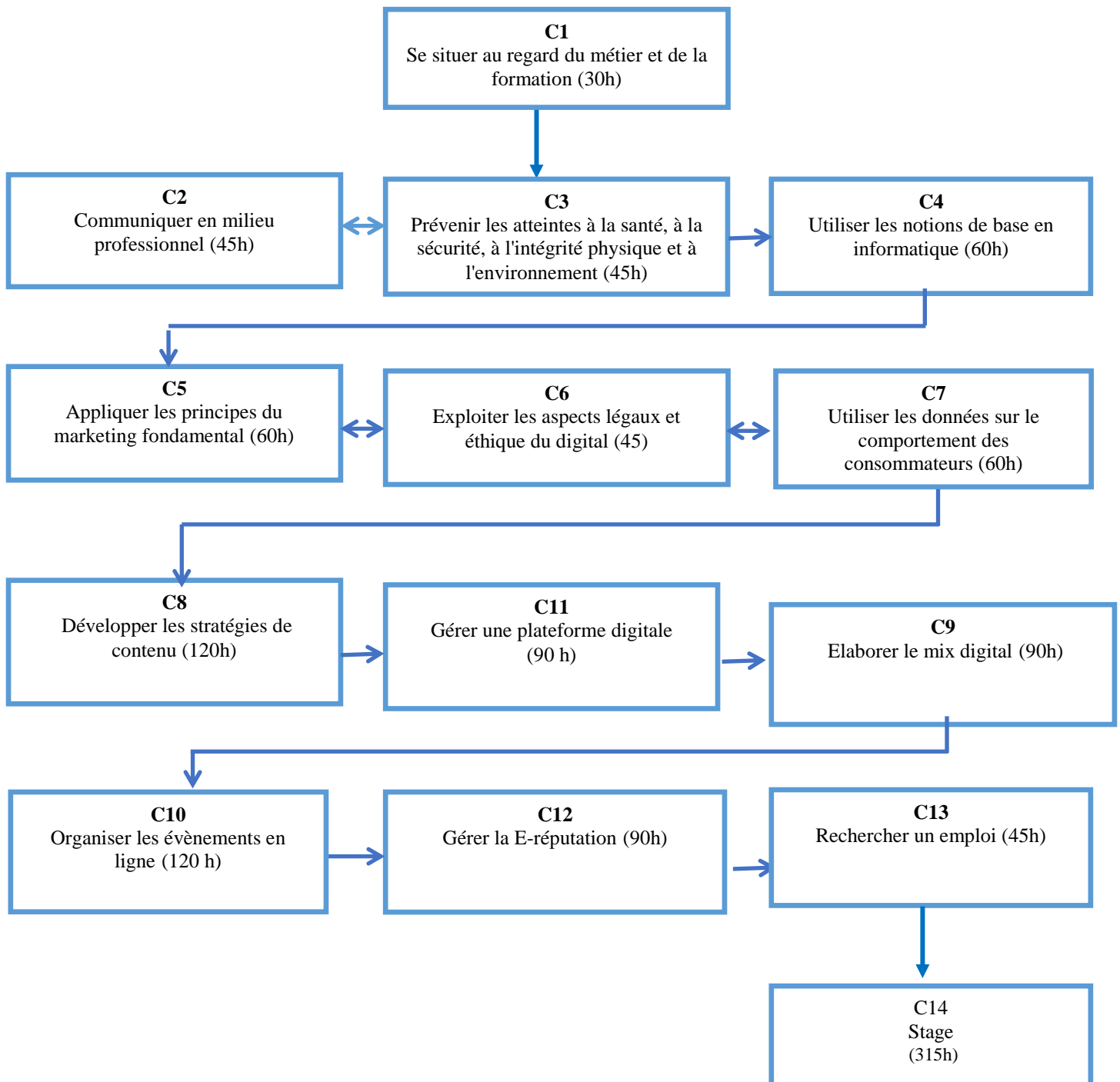
○ : Existence d'un lien fonctionnel △ : Existence d'un lien fonctionnel ● : Application pédagogique ▲ : Application pédagogique

○: Existence d'un lien fonctionne Δ : Existence d'un lien fonctionnel ●: Application pédagogique : ▲ Application pédagogique

LOGIGRAMME

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

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



DEUXIEME PARTIE :
PRESENTATION DETAILLEE DES COMPETENCES DU REFERENTIEL

Module N°01: Métier et formation	Code :MEFO01	Durée : 30 heures
ENONCE DE LA COMPETENCE TRADUITE EN SITAUTION : Se situer au regard du métier et de la formation		
CONTEXTE DE REALISATION A l'aide des données à jour sur le métier ; Au contact de personnes ressources du métier ou en milieu de travail ; A l'occasion d'une démarche d'orientation ou de réorientation professionnelle.		
ELEMENTS DE COMPETENCE	MISE EN ŒUVRE DE LA COMPETENCE	CRITERES D'ENGAGEMENT DANS LA DEMARCHE
1- S'informer sur le métier	<p>1.1 S'informer à propos du marché du travail : perspectives d'emploi, rémunération, possibilités d'avancement et de mutation, critères et processus de sélection des candidats</p> <p>1.2 S'informer de la nature et des exigences de l'emploi (tâches, conditions de travail, critères d'évaluation, droits et responsabilités) au cours de visites, d'entrevues, de rencontres d'information animées par un représentant de l'industrie, d'examens de documentation, etc.</p> <p>1.3 Inventorier les habiletés, aptitudes, attitudes et connaissances nécessaires pour pratiquer le métier</p> <p>1.4 Présenter les données collectées et discuter de sa perception du métier</p>	<p>1. Collecte judicieuse de l'information sur la majorité des sujets à traiter</p> <p>2. Présentation judicieuse de sa perception du métier au moment d'une rencontre de groupe en faisant le lien avec les données collectées</p>

<p>2- S'informer sur le programme de formation et engagement de la démarche</p>	<p>2.1 S'informer à propos du programme d'études, de la démarche de formation et de l'évaluation 2.2 Discuter de la concordance du programme de formation à la situation de travail 2.3 Faire part de ses premières réactions en ce qui a trait à la formation</p>	<p>3. Exposition de sa perception de la démarche de formation au cours d'une plénière</p>
<p>3- Évaluer et confirmer son engagement</p>	<p>3.1 Faire un bilan de ses goûts, de ses aptitudes, de ses connaissances du domaine et de ses qualités personnelles 3.2 Comparer son bilan avec les exigences liées à la formation et à l'exercice du travail ; 3.3 Identifier les forces qui faciliteront son travail ainsi que les faiblesses qu'il faudra palier 3.4 Donner les raisons qui motivent son choix de poursuivre ou non la démarche de formation 3.5 Examiner la possibilité de créer son entreprise ou de travailler à son compte</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Présentation correcte d'un bilan de ses goûts, aptitudes, connaissances du domaine ainsi que de ses qualités personnelles - Justification de sa décision quant au fait de poursuivre ou non le programme de formation - Détermination correcte de son attirance pour l'auto-emploi

Module N°02 : Communication en milieu professionnel		Code : COMM02	Durée :45heures
ENONCE DE LA COMPETENCE TRADUITE EN SITAUTION : Communiquer en milieu professionnel			
<p>CONTEXTE DE REALISATION A partir des documents et ressources techniques ; A partir des principes de communication ; A l'aide des matériels et outillages appropriés ; A partir d'une situation de travail.</p> <p>CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emploi correct des règles, des outils grammaticaux et linguistiques en français et en anglais. • Utilisation appropriée de formules et de la terminologie du métier. • Utilisation appropriée des outils de communication. • Respect du rôle et des responsabilités des autres membres du personnel. • Respect à l'égard des différents points de vue d'autrui. • Adoption de comportements éthiques. <p>Participation active à la résolution de problèmes et à la prise de décisions</p>			
ELEMENTS DE COMPETENCE	MISE EN ŒUVRE DE LA COMPETENCE	CRITERES D'ENGAGEMENT DANS LA DEMARCHE	
1- S'approprier les termes et expressions indispensables pour la communication en milieu de travail	1.1 Appréhender le langage professionnel 1.2 Utiliser les connaissances du lexique professionnel.	<ul style="list-style-type: none"> • Traduction correcte du sens général et des idées essentielles d'un message • Interprétation exacte du sens général et des idées principales d'un texte. 	
2-Traiter les informations	2.1 Relever les propos essentiels du texte 2.2 Repérer et classer les thèmes du texte	<ul style="list-style-type: none"> • Reformulation juste des éléments importants des propos du texte • Classement approprié des principales manifestations thématiques. 	
3- Produire les messages indispensables à la vie professionnelle et sociale	3.1 Présenter une pratique professionnelle 3.2 Présenter une situation de travail 3.3 Expérimenter des situations de communication.	<ul style="list-style-type: none"> • Production judicieuse d'un message. • Élaboration conforme d'un plan de rédaction. 	

4- Communiquer oralement	4.1 S'informer des principes généraux de la communication orale 4.2 Exprimer oralement un message sur des sujets à portée professionnelle.	<ul style="list-style-type: none"> • Appropriation parfaite des principes de communication • Expression avec éloquence des sujets.
5- Rendre compte de son activité	5.1 Rendre compte du résultat d'une activité 5.2 Faire part d'une situation inhabituelle.	<ul style="list-style-type: none"> • Application correcte des techniques de rédaction • Rédaction correcte compte rendu

Module N°03 : Hygiène, Santé, sécurité et Environnement		Code : QHSE03	Durée : 45h
Enoncé de la Compétence traduite en situation: Prévenir les atteintes liées à la santé, à l'hygiène, à la sécurité au travail et à l'environnement.			
CONTEXTE DE REALISATION :			
<ul style="list-style-type: none"> • Dans toute situation comportant des risques pour la santé et la sécurité de l'intervenant et de la clientèle. • A partir : <ul style="list-style-type: none"> - des lois, des règlements et des normes relatives à santé, à la sécurité au travail, à l'hygiène, à la salubrité et à la préservation de l'environnement ; - de consignes et d'instructions. • A l'aide : <ul style="list-style-type: none"> - d'accessoires et équipements de protection individuelle (EPI) et collective (EPC) ; - d'une trousse de premiers soins ; - de notices, de guides et de manuels d'utilisation. 			
CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE :			
<ul style="list-style-type: none"> • Respect des lois, des règlements et des normes. • Application correcte des mesures d'hygiène, de salubrité, de sécurité, de santé et de protection de l'environnement. • Intervention judicieuse en cas d'urgence. 			
Éléments de compétence		Critères particuliers de performance	
1.	S'informer des lois et des règlements sur la santé et la sécurité au travail.	<ul style="list-style-type: none"> - Interprétation juste de la législation du travail. - Relevé approprié des normes et des procédures de santé et de sécurité au travail. - Repérage adéquat de l'information dans les documents et les pictogrammes. 	
2.	Identifier les risques relatifs à la santé et à la sécurité dans l'environnement professionnel.	<ul style="list-style-type: none"> - Repérage correct des situations à risques et des sources de dangers. - Anticipation juste des dangers actuels ou potentiels. - Reconnaissance juste des comportements et des attitudes comportant des risques. - Appréciation juste des risques associés à la situation. 	
3.	Appliquer des mesures préventives liées à l'hygiène, la santé et la sécurité au travail.	<ul style="list-style-type: none"> - Association appropriée des normes d'hygiène, de santé et de sécurité aux zones de travail. - Reconnaissance juste des mesures préventives. - Reconnaissance appropriée des conséquences du non-respect des normes sur le plan individuel et celui de l'entreprise. - Utilisation conforme des équipements de protection individuelle et collective. 	

4.	Intervenir en situation d'urgence.	<ul style="list-style-type: none"> - Appréciation juste de la gravité de la situation - Manifestation d'attitudes et de comportements sécurisants et réconfortants. - Exécution efficace des interventions de premier niveau en cas d'accident. - Respect de la procédure d'appel aux ressources compétentes.
5.	Prévenir les infections transmissibles sexuellement (IST), le virus d'immunodéficience humaine (VIH/SIDA) et d'autres maladies transmissibles.	<ul style="list-style-type: none"> - Collecte d'information pertinente sur les modes de transmission, l'évolution et les moyens de prise en charge. - Reconnaissance des conséquences possibles de comportements inappropriés.
6.	Développer un comportement écologiquement responsable.	<ul style="list-style-type: none"> - Identification des normes environnementales. - Repérage de l'information pertinente sur des produits couramment utilisés (propriétés physiques et chimiques, interactions, impacts sur la santé, l'environnement, etc.) - Interprétation adéquate de fiches signalétiques du Système d'information sur les matières dangereuses utilisées au travail (SIMDUT). - Gestion appropriée des déchets. - Adoption des comportements visant à réduire l'émission des gaz à effet de serre.

MODULE N° 04: Notions de base en informatique		Code : UNBI04	Durée : 60 h
Énoncé de la compétence traduite en comportement : Utiliser les notions de base en informatique			
CONTEXTE DE REALISATION :			
<ul style="list-style-type: none"> • Dans le contexte du travail effectué en entreprise. • Dans des situations de la vie courante. • A partir de consignes et d'instructions. • A l'aide : <ul style="list-style-type: none"> - D'un poste informatique standard connecté ; - De logiciels de bureautique usuels et récents ; - De manuels d'utilisation ; - De périphériques. 			
CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE :			
<ul style="list-style-type: none"> • Utilisation appropriée des manuels d'utilisation. • Respect des principes relatifs à l'ergonomie. • Exploitation judicieuse et responsable de l'outil informatique. 			
Éléments de compétence		Critères particuliers de performance	
1.	Préparer son poste de travail.	<ul style="list-style-type: none"> • Repérage et identification précise des éléments de l'ordinateur et de ses périphériques. • Branchement conforme de l'unité centrale et des périphériques. • Organisation fonctionnelle du poste de travail. 	
2.	Utiliser les fonctions de base d'un système d'exploitation.	<ul style="list-style-type: none"> • Utilisation appropriée des principales fonctions d'un système d'exploitation • Gestion correcte de dossiers et de fichiers. • Démarche efficace pour la navigation et le transfert de données. • Personnalisation appropriée d'un système d'exploitation en fonction des besoins. • Application rigoureuse des mesures de protection des données. 	
3.	Saisir des données.	<ul style="list-style-type: none"> • Manipulation adéquate des fichiers de données textuelles et chiffrées. • Utilisation appropriée des principales fonctions d'un traitement de texte et d'un tableur. • Sauvegarde et impression correctes des documents. 	
4.	Monter une présentation.	<ul style="list-style-type: none"> • Manipulation adéquate des fichiers de présentation. • Utilisation appropriée des principales fonctions d'un logiciel de présentation. 	
5.	Naviguer sur Internet.	<ul style="list-style-type: none"> • Choix approprié des outils et des critères de recherche. • Utilisation appropriée des logiciels de recherche et de 	

		courrier électronique.
--	--	------------------------

MODULE N° 05 : Les principes du marketing fondamental	Code : APMF 05	Durée : 60h
--	-----------------------	--------------------

Enoncé de la compétence traduite en comportement : Appliquer les principes du marketing fondamental

CONTEXTE DE REALISATION

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

À partir :

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

À l'aide :

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

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE :

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

<i>Éléments de compétence</i>		<i>Critères particuliers de performance</i>
1	Comprendre les besoins et désirs du consommateur	<ul style="list-style-type: none"> • Détection correcte des attentes spécifiques des clients • Utilisation judicieuse des outils pratiques et accessibles pour automatiser la détection d'informations • Identification correcte des motivations des consommateurs
2	Appliquer les fondamentaux du marketing numérique	<ul style="list-style-type: none"> • Compréhension correcte du comportement des utilisateurs • Maîtrise appropriée des principes de base du marketing numérique
3	Développer une stratégie marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluation efficace de la pertinence des actions, • Mesure correcte des indicateurs de performance, • Amélioration correcte de la visibilité
4	Identifier les personas et cibler les audiences.	<ul style="list-style-type: none"> • Création correcte de profils de personas et de segments de marché • Segmentation correcte des audiences en groupes distincts
5	Exploiter le positionnement et le marketing mix	<ul style="list-style-type: none"> • Gestion efficace de la communication et le positionnement • Création correcte d'une connexion émotionnelle avec les clients • Adoption efficace du marketing mix aux besoins du marché

		cible.
--	--	--------

MODULE N° 06 : Les aspects légaux et éthique du digital		Code : EALE06	Durée : 45 h
Énoncé de la compétence traduite en comportement : Exploiter les aspects légaux et éthique du digital			
<p>CONTEXTE DE REALISATION</p> <ul style="list-style-type: none"> • A l'intérieur, dans un bureau • Travail effectué individuellement ou en équipe ou sous supervision. <p>À partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - des lois, des règlements et des normes - de consignes et d'instructions <p>À l'aide :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Etudes des cas • Livres et des articles spécialisés dans le marketing digital <p>CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Respect des lois et réglementations : • Engagement éthique • Intégrité scientifique • Transparence et responsabilité • Impact environnemental 			
<i>Éléments de compétence</i>		<i>Critères particuliers de performance</i>	
1	Appliquer les réglementations en vigueur	<ul style="list-style-type: none"> • Connaissance parfaite des lois et réglementations • Exploitation correcte de la conformité aux normes et aux lois en vigueur, • Adoption correct des acquisitions aux besoins spécifiques. 	
2	Appliquer les meilleures pratiques en matière de sécurité des données	<ul style="list-style-type: none"> • Identification parfaite des mesures de sécurité • Application parfaite des mesures de sécurité 	
3	Exploiter les données sur la propriété intellectuelle.	<ul style="list-style-type: none"> • Identification correcte des divers cadres réglementaires • Identification correcte des différents droits de propriété Protection correcte des droits d'auteur 	

MODULE N° 07: Les données sur le comportement des consommateurs	Code : UDCC07	Durée : 60 h
--	--------------------------------	---------------------

Énoncé de la compétence traduite en comportement : Utiliser les données sur le comportement des consommateurs

CONTEXTE DE REALISATION :

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

À partir :

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

À l'aide :

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

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE :

- Collecte précise des données pertinentes sur les consommateurs
- Utilisation judicieuse des outils et des méthodes d'étude du comportement des consommateurs (enquêtes, entretiens, observations, analyses statistiques, etc.,)
- Communication efficace des résultats d l'étude de comportement des consommateurs
- Respect strict des normes éthiques et de confidentialité liée aux données du comportement des consommateurs

<i>Éléments de compétence</i>		<i>Critères particuliers de performance</i>
1	Interpréter le comportement du consommateur	<ul style="list-style-type: none"> • Collecte efficace des données comportementales • Identification précise des tendances, des modèles et des insights significatifs sur les préférences et les décisions d'achat des consommateurs • Identification précise des facteurs d'influence du comportement des consommateurs • Utilisation appropriée d'outils d'analyse des données comportementales
2	Segmenter le marché en entités homogènes	<ul style="list-style-type: none"> • Identification précise des critères de segmentation • Différenciation correcte du marché • Identification précise des groupes de consommateurs de caractéristiques identiques
3	Appliquer des principes de persuasion	<ul style="list-style-type: none"> • Interprétation correcte des principes d'influence des attitudes et des comportements des consommateurs • Utilisation efficace des techniques de persuasion • Consignation claire des résultats de la persuasion des consommateurs sur les attitudes et les comportements des consommateurs
4	Adapter la communication au public cible	<ul style="list-style-type: none"> • Détermination correcte des caractéristiques comportementales du public cible • Sélection judicieuse des canaux de communication appropriés du contenu de message et du ton

MODULE N° 08 : Les stratégies de contenu	Code : DSSC08	Durée : 150h
---	----------------------	---------------------

Enoncé de la compétence traduite en comportement : Développer les stratégies de contenu

CONTEXTE DE REALISATION :

Au bureau ou sur le terrain

Les Médias sociaux

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

En équipe, individuellement ou sous supervision.

- À partir :

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

- À l'aide :

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

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE :

- Utilisation efficace des techniques de rédaction de contenu
- Utilisation efficace des outils numériques pour éditer du contenu visuel ou audiovisuel attractif
- Rédaction correcte du contenu en tenant compte des règles de grammaire, d'orthographe et de style
- Identification correcte du public cible, de ses préférences et ses besoins.
- Respect rigoureux des bonnes pratiques en matière de droits d'auteur, de confidentialité et de conformité légale lors de la création du contenu

<i>Éléments de compétence</i>		<i>Critères particuliers de performance</i>
1	Élaborer une stratégie de contenu	<ul style="list-style-type: none"> • Identification correcte des besoins et les attentes de persona en matière de contenu • Détermination correcte des types de contenu appropriés
2	Rédiger le contenu persuasif	<ul style="list-style-type: none"> • Utilisation correcte d'un langage simple et accessible • Adaptation exacte du contenu à l'audience cible • Utiliser correcte d'un langage évocateur qui suscite des émotions spécifiques
3	Concevoir des visuels attrayants	<ul style="list-style-type: none"> • Choix judicieux des outils et les logiciels adaptés à la création de visuels numériques • Application correcte des principes de base du design graphique • Utilisation appropriée des visuels
4	Développer une stratégie de médias sociaux	<ul style="list-style-type: none"> • Choix judicieux des plateformes de médias sociaux • Définition correcte d'un plan de contenu • Identification précise des types de contenu à publier

		<ul style="list-style-type: none"> • Détermination correcte de la fréquence de publication sur les médias sociaux
5	Produire du contenu vidéo captivant	<ul style="list-style-type: none"> • Utilisation appropriée des techniques de production vidéo • Rédaction correcte de scénario et de storyboard • Calibrage correct du style et du ton de la vidéo à la cible visée
6	Publier du contenu	<ul style="list-style-type: none"> • Utilisation appropriée des plateformes et outils • Utilisation appropriée de contenu pertinent original et engageant pour le public cible • Utilisation appropriée des outils de mesure de l'engagement • Respect strict du calendrier de publication • Ajustement correcte des publications en fonction des retours des utilisateurs

MODULE N° 09 : Elaboration du mix digital		Code : TVRS 09	Durée : 150 h
Enoncé de la compétence traduite en comportement : Elaborer le mix digital			
<p>CONTEXTE DE REALISATION</p> <ul style="list-style-type: none"> • A l'intérieur, dans un bureau • Travail effectué individuellement ou en équipe ou sous supervision. <p>À partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> • De problèmes réels ou simulés • De consignes et d'instructions <p>À l'aide :</p> <ul style="list-style-type: none"> • D'un ordinateur, <p>CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mesure de l'Impact : • Optimisation de l'Allocation des Budgets : • Utilisation de l'Attribution Média : • Analyse des Données Complexes : • Adaptation aux Nouvelles Tendances 			
<i>Éléments de compétence</i>		<i>Critères particuliers de performance</i>	
1	Analyser les tendances du marché	<ul style="list-style-type: none"> • Définition correcte des objectifs • Collecte judicieuse des informations ; • Visualisation pertinente des flux ; 	
2	Segmenter et cibler le marché	<ul style="list-style-type: none"> • Création exacte des profils détaillés de vos clients idéaux • Division correcte du marché en segments basés sur des critères démographiques, psychographiques, comportementaux 	
3	Utiliser des canaux de distribution numériques.	<ul style="list-style-type: none"> • Identification correcte des canaux • Identification correcte des outils d'automatisation • Description parfaite des fonctionnalités ; 	
4	Identifier les stratégies de tarification en ligne	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse correcte des modèles freemium, abonnements, et promotions; • Application efficace des modèles freemium, abonnements, et promotions . 	
5	évaluer les performances	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse correcte des données ; • Recueil correct des retours des clients • Recommandation pertinente des correctifs et mesures 	

MODULE N°10 : Organisation des évènements en ligne		Code :OELL10	Durée : 120 h
Enoncé de la compétence traduite en comportement : Organiser les évènements en ligne			
<p>CONTEXTE DE REALISATION</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ A l'intérieur, dans un bureau ▪ Travail effectué individuellement ou en équipe ou sous supervision. <p>À partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ De problèmes réels ou simulés ▪ De consignes et d'instructions ▪ De situations propres à une intrusion <p>À l'aide :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ d'un ordinateur, ▪ . <p>CRITÈRES GÉNÉRAUX DE PERFORMANCE :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Taux de Participation et d'Engagement • Analyse des Retombées et des Résultats • Expérience Utilisateur • Mesure de la Satisfaction • Performance Technique • Objectifs Atteints 			
<i>Éléments de compétence</i>		<i>Critères particuliers de performance</i>	
1	Définir les Objectifs de l'Événement	<ul style="list-style-type: none"> • Clarification correcte du but de l'événement; • Identification claire de l'audience; • Identification correcte du contenu et du format de l'événement • Sélection correcte de la Plateforme 	
2	Planifier et structurer le contenu	<ul style="list-style-type: none"> • Établissement correct d'un programme détaillé • Identification correct des intervenants • Proposition pertinente des Présentations et du Matériel • Promotion juste de l'événement 	
3	Interagir avec le public	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse efficace des menaces et vulnérabilités ; • Exploitation correcte du contexte organisationnel et réglementaire ; • Analyse efficace des mises à jour. 	
4	Gerer les inscriptions et les participants	<ul style="list-style-type: none"> • Identification juste des outils d'inscription • Fourniture exacte des informations • Utilisation juste des outils interactifs 	
5	Evaluer la performance	<ul style="list-style-type: none"> • Collect exact des feedbacks • Test correct de Nouvelles Approches 	

MODULE N° 11 : Gestion d'une plateforme digitale		Code : GPFD11	Durée : 90 h
Enoncé de la compétence traduite en comportement : Gérer une plateforme digitale			
CONTEXTE DE REALISATION :			
<ul style="list-style-type: none"> • Promotion des produits ou services de l'entreprise • Simulations de campagnes publicitaires pour des produits ou services imaginaires ou réels • Plateformes publicitaires en lignes • Travail effectué individuellement ou en équipe ou sous supervision. 			
À partir :			
<ul style="list-style-type: none"> - De la connaissance du marché et de la cible - des objectifs du marketing en ligne - Des connaissances de base du fonctionnement des publicités en ligne et des différents types de publicités disponibles (annonces texte, annonces display, annonces vidéo, etc.). - D'une analyse des objectifs de la campagne marketing, du public cible et du budget alloué. - Des Connaissances de base sur les différentes plateformes publicitaires disponibles 			
À l'aide :			
<ul style="list-style-type: none"> - Des outils de gestion de publicités en ligne (Google Ads, Facebook Ads Manager, etc.). - Des guides et de tutoriels en ligne sur les bonnes pratiques en matière de création et de gestion de campagnes publicitaires en ligne - Des exemples concrets de campagnes publicitaires réussies ou d'études de cas - Des outils de création d'annonces (Google Web Designer, Canva, etc.) - Des outils de suivi des performances (Google Analytics, Facebook Insights, etc.) - Des formations aux concepts de base de la publicité en ligne - Des Connaissances sur les plateformes publicitaires en ligne - De la stratégie de ciblage et de segmentation de marché - Des principes de base pour la création de publicités convaincantes 			
CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE :			
<ul style="list-style-type: none"> • Planification judicieuse des campagnes publicitaires sur différentes plateformes en ligne • Sélection judicieuse des audiences par ciblage et segmentation • Organisation correcte des publicités convaincantes • Utilisation efficace des budgets alloués pour les campagnes publicitaires en ligne • Identification correcte des canaux publicitaires en ligne • Production correcte des annonces attrayantes et pertinentes <p>Contrôle rigoureux des campagnes publicitaires en ligne (les clics, les impressions, les conversions, etc)</p>			
Éléments de compétence		Critères particuliers de performance	
1	Choisir les canaux	<ul style="list-style-type: none"> • Identification précise des canaux ; • Validation correcte des tests effectués ; • Documentation correcte des techniques produites 	
2	Préparer les actions des campagnes marketings en ligne	<ul style="list-style-type: none"> • Identification précise des besoins et attentes du client ou de l'entreprise • Sélection judicieuse des canaux et formats de marketings • Exécution correcte d'un plan de campagne marketing détaillé 	

3	Mettre en œuvre les campagnes publicitaires (SEA)	<ul style="list-style-type: none"> • Configuration correcte des paramètres de la campagne publicitaire SEA • Production correcte des annonces efficaces et attractives • Rédaction correcte des rapports d'analyse des performances des campagnes publicitaires
	Implémenter les campagnes de SMS et Emails marketings	<ul style="list-style-type: none"> • Choix judicieux des plateformes de gestion des SMS et Emails marketing • Configuration correcte des paramètres des campagnes des SMS et emails marketings • Création efficace des SMS et Emails marketings • Envoi correct des SMS et Emails marketings
4	Payer les droits en ligne	<ul style="list-style-type: none"> • Identification précise des types de paiement ; • Exploitation judicieuse des ressources • Exécution rigoureuse le budget d'une campagne

MODULE N°12 : Gestion de la E-réputation		CODE : GDLE12	Durée : 90 h
Enoncé de la compétence traduite en comportement : Gérer de la E-réputation			
CONTEXTE DE REALISATION			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ A l'intérieur, dans un bureau ▪ Travail effectué individuellement ou en équipe ou sous supervision. <p>À partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ de problèmes réels ou simulés ▪ stratégie efficace pour surveiller, gérer, et améliorer la e-réputation, tout en répondant aux défis et en exploitant les opportunités offertes par l'environnement numérique. <p>À l'aide :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ d'un ordinateur, ▪ Connexion internet 			
CRITÈRES GÉNÉRAUX DE PERFORMANCE :			
<ul style="list-style-type: none"> • Efficacité juste de la surveillance • Analyse correcte des sentiments • Rapidité correcte de la réponse • Qualité correcte de la réponse • Réponse correcte en cas de crise • Innovation et adaptabilité performante • Création positif du contenu • Engagement précis avec la communauté • Mesure juste de la performance • Communication juste des résultats 			
Éléments de compétence		Critères particuliers de performance	
1	Comprendre les médias sociaux,	<ul style="list-style-type: none"> • Interaction correcte des utilisateurs avec le contenu publié • Évaluation exacte d'attractivité de la marque sur les médias sociaux • identification appropriée des meilleures pratiques 	
2	Gérer les contenus	<ul style="list-style-type: none"> • Utilisation correcte de mots-clés • Ajustement correcte de la stratégie de contenu • Evaluation efficacité des stratégies mises en place 	
3	Analyser les données	<ul style="list-style-type: none"> • Choix correct de KPI • Interprétation minutieuse des résultats • Utilisation appropriée des outils d'analyses 	

4	Utiliser les stratégies de communication	<ul style="list-style-type: none"> • Transmission correcte des messages • Utilisation efficace des KPI • Identification correcte des points à améliorer
5	Elaborer des plans de gestion de crise	<ul style="list-style-type: none"> • Identification et évaluation exacte des risques • Communication efficace en temps de crise • Simulation correcte de la crise • Évaluation efficace d'une gestion de crise

MODULE N° 13: Entrepreneuriat		Code : ENTR13	Durée : 45 heures
Enoncé de la compétence traduite en Situation : Rechercher l'emploi			
<p>CONTEXTE DE REALISATION</p> <ul style="list-style-type: none"> - À l'aide de la documentation appropriée ; - À partir d'un besoin d'emploi exprimé ; - À l'aide d'un ordinateur et des logiciels appropriés. <p>CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Utilisation de la terminologie appropriée ; 2. Utilisation correcte de l'équipement. 			
N°	Éléments de compétence	Critères particuliers de performance	
1	S'initier à la connaissance de l'entreprise et des éléments comptables, à l'économie, à des notions juridiques et sociales.	<ul style="list-style-type: none"> • Mise en pratique conforme des notions de base • Réalisation judicieuse des opérations commerciales et des éléments comptables 	
2	S'approprier les techniques de recherche d'emploi	<ul style="list-style-type: none"> • Montage judicieuse des CV • Application judicieuse des procédures de recherche d'emploi 	
3	S'approprier les techniques de base de montage d'un projet de création d'entreprise (entrepreneuriat).	<ul style="list-style-type: none"> • Examinassions judicieuse des conditions de réussite d'un projet de création ou d'auto emploi • Rédaction correcte d'un plan d'affaires 	

MODULE N°14: Stage Professionnel		Code : STPR.....	Durée : 315h
Enoncé de la compétence traduite en situation : S'intégrer en milieu professionnel			
CONTEXTE DE REALISATION			
<p>Dans un milieu professionnel ; En présence de l'encadreur de stage ou tuteur ; En présence des responsables de l'entreprise. A partir de l'exécution des tâches professionnelles ; A l'aide de la collaboration étroite entre l'école et l'entreprise.</p>			
ELEMENTS DE COMPETENCE	MISE EN ŒUVRE DE LA COMPETENCE	CRITERES D'ENGAGEMENT DANS LA DEMARCHE	
1- Préparer son séjour en milieu professionnel	1.1 Prendre connaissance des modalités et des renseignements relatifs au stage ; 1.2 S'informer sur l'organisation de l'entreprise ; 1.3 Se situer dans l'organisation de l'entreprise par rapport à la tâche et à la place occupée dans la structure.	<ul style="list-style-type: none"> • Recueil des données pertinentes relatives au stage et à l'organisation de l'entreprise ; • Description exhaustive des tâches prévues pour son stage ; • Choix judicieux des entreprises susceptibles d'accueillir le stagiaire ; • Élaboration conforme du dossier de stage. 	
2- Respecter les principes de discipline et de déontologie	2.1 Présenter les qualités personnelles et professionnelles ; 2.2 S'informer des consignes des supérieurs, de sécurité, des règlements de l'entreprise et des normes environnementales.	<ul style="list-style-type: none"> • Respect des consignes, des règlements, de la hiérarchie et des normes environnementales ; • Démonstration des qualités personnelles et professionnelles. 	
3- Exécuter les activités en milieu professionnel	3.1 Observer le contexte du travail ; 3.2 Effectuer diverses tâches professionnelles ; 3.3 Vérifier la satisfaction de l'encadreur par rapport aux activités effectuées ; 3.4 Relater ses observations sur le contexte de travail et sur les tâches exercées dans l'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> • Exécution appropriée des tâches ; • Assimilation parfaite et démonstration des opérations liées au métier ; • Développement des attitudes professionnelles ; • Choix et utilisation adéquats des matériels de l'entreprise. 	
4- Comparer ses perceptions aux réalités du métier	4.1 Relater sa perception du métier avant et après le stage ; 4.2 Évaluer l'influence de l'expérience vécue sur le choix d'un futur emploi.	<ul style="list-style-type: none"> • Résumé de l'expérience de stage ; • Démonstration de l'influence du stage sur le choix d'un futur emploi ; 	
5- Rédiger le rapport de stage	5.1 S'informer sur le plan de rédaction et du contenu d'un rapport de stage ;	<ul style="list-style-type: none"> • Respect des principes de la langue utilisée ; • Pertinence du contenu du rapport 	

	5.2 Utiliser une expression soutenue dans la rédaction du rapport de stage.	• Rédaction soignée et concise.
--	---	---------------------------------

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 & Sons, 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>