

RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES	RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION	
COMPÉTENCES	MODALITÉ D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>C1. Définir les objectifs de communication de la vidéo en tenant compte des moyens d'une TPE/PME et en s'appuyant sur son besoin exprimé en termes de marketing, pour cadrer et orienter le projet de création de vidéo promotionnelle.</p>	<p>Présentation orale du cadre de réalisation de la vidéo promotionnelle comprenant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les objectifs stratégiques de la vidéo - les cibles marketing visées - les moyens humains, financiers et matériels mobilisables - une liste des principales caractéristiques de la vidéo 	<p>Cr1.1. Les objectifs retenus sont réalistes au regard des moyens humains et financiers de la TPE/PME, tout en répondant aux besoins exprimés.</p> <p>Cr1.2. Au moins une cible marketing est correctement identifiée et présentée selon la méthode des personas.</p> <p>Cr1.3. Les principales caractéristiques annoncées recensent le ton général, le type d'image et de son. Ces caractéristiques doivent être en cohérence avec les besoins exprimés.</p>
<p>C2. Préparer la conception de la vidéo promotionnelle, en rédigeant un synopsis, en réalisant un storyboard des scènes à tourner et en rassemblant des contenus multimédias afin de préparer les étapes de tournage en restant fidèle aux objectifs d'une TPE/PME.</p>	<p>Présentation orale du synopsis rédigé (résumé du scénario), du storyboard réalisé (version illustrée du scénario par images/dessins) et des éléments multimédias qui seront nécessaires au montage (logos, photos, musique, sons...).</p>	<p>Cr2.1. Le synopsis rédigé est synthétique et présente en quelques lignes l'idée générale du projet vidéo.</p> <p>Cr2.2. Le synopsis est complet et présente à la fois les personnages, le sujet général, le lieu et la temporalité.</p> <p>Cr2.3. Le storyboard est décomposé plan par plan sous forme d'images</p> <p>Cr2.4. Le storyboard est complet et reprend pour chaque plan : une image, une durée, le mouvement de caméra choisi, les éclairages choisis, le lieu, une petite description de la scène.</p> <p>Cr2.5. Le synopsis et le storyboard sont en cohérences avec les objectifs et les moyens de la TPE/PME</p> <p>Cr2.6. Un dossier de ressources multimédia est réalisé, regroupant les éléments liées à la TPE/PME qui seront utilisés pour le projet vidéo : logo, charte graphique, photos, musiques, sons.</p> <p>Cr2.7. Les sources devront être mentionnées pour chaque ressource du dossier multimédia, y compris les ressources libres de droit.</p>

<p>C3. Réaliser des prises d'image et de son en utilisant un appareil photo ou un smartphone et en prévoyant les contenus vidéos secondaires à produire (plan de coupe, bande image et son avant et après la prise...), afin de rassembler suffisamment de matière pour le montage de la vidéo promotionnelle.</p>	<p>Le candidat présente à l'écran et commente une sélection d'au moins deux prises d'image et de son (rushs) significatives à utiliser pour le montage de la vidéo.</p>	<p>Cr3.1. Le candidat utilise correctement les techniques de captation d'image et de son sur les prises d'image et de son sélectionnées.</p> <p>Cr3.2. Le candidat tient compte des contraintes techniques imposées par les différents équipements utilisés dans le travail de prise de vue et de prise de son.</p> <p>Cr3.3. Les rushs sélectionnés sont exploitables avec une qualité homogène au niveau de l'image et avec un niveau de son stable et suffisant.</p>
<p>C4. Monter la vidéo promotionnelle à partir des prises de vues et de sons effectuées en utilisant un logiciel de montage adapté, en choisissant les meilleurs plans disponibles et en ajoutant les contenus multimédias prévus afin de réaliser un montage vidéo qui répond aux objectifs fixés par la TPE/PME.</p>	<p>Le candidat présente à l'écran et commente le montage de la vidéo promotionnelle de l'entreprise. Dans le cadre du montage réalisé, il démontre l'utilisation d'un logiciel de montage de son choix (Adobe Première Pro, Final Cut...).</p>	<p>Cr4.1. Le candidat a choisi et utilisé un logiciel de montage (Adobe Premiere Pro, Final Cut, etc.).</p> <p>Cr4.2. Les plans sélectionnés sont exportés de l'équipement et importés dans le logiciel de montage choisi.</p> <p>Cr4.3. Le candidat a réalisé le dérushage de l'ensemble de ses prises de vue en sélectionnant les productions les plus pertinentes.</p> <p>Cr4.4. Des contenus multimédias (musiques et bruitages, photos, logos, textes, autres contenus vidéo) sont correctement importés dans le logiciel de montage.</p> <p>Cr4.5. Le montage de la vidéo est effectué à partir des éléments importés et correspond au storyboard défini et aux objectifs de l'entreprise.</p> <p>Cr4.6. Les prises effectuées sont en nombre suffisant pour assurer un montage optimal.</p> <p>Cr4.7. Le montage vidéo s'adresse correctement à la cible marketing définie</p>
<p>C5. Exporter la vidéo promotionnelle de l'entreprise vers des supports de diffusion (réseaux sociaux, site internet, spot TV...) en prenant en compte leurs contraintes techniques et leurs publics afin de produire des exports conformes en termes de format de fichier, format de l'image, poids du fichier.</p>	<p>Le candidat présente à l'écran et commente des exports de la vidéo promotionnelle, adaptés aux moyens de diffusion choisis (réseaux sociaux, site internet, spot TV, etc.) et à leurs publics.</p>	<p>Cr5.1. Le candidat choisit au moins un support de diffusion. Le support de diffusion est en cohérence avec sa cible et les objectifs stratégiques fixés.</p> <p>Cr5.2. Les contraintes techniques des différents moyens de diffusion choisis par le candidat sont respectées au moment de l'exportation de la vidéo promotionnelle.</p>