

RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES	RÉFÉRENTIEL D'ÉVALUATION	
COMPÉTENCES	MODALITÉ D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
C1. Définir les objectifs de communication de la vidéo en tenant compte des moyens d'une entreprise et en s'appuyant sur le besoin de communication exprimé, pour cadrer et orienter le projet de création de vidéo promotionnelle.	Présentation orale du cadre de réalisation de la vidéo comprenant : - 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	Cr1.1. Les objectifs de communication digitale retenus sont réalistes au regard des moyens humains et financiers de l'entreprise, tout en répondant aux besoins exprimés. Cr1.2. Au moins une cible marketing est correctement identifiée et présentée selon la méthode des personas. 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 par l'entreprise.
C2. Préparer la conception de la vidéo, en rédigeant un synopsis, en réalisant un découpage technique des scènes à tourner et en rassemblant des contenus multimédias afin de préparer les étapes de tournage tout en restant fidèle aux objectifs de l'entreprise.	Présentation orale du synopsis rédigé (résumé du scénario), du découpage technique réalisé et des éléments multimédias qui seront nécessaires au montage (logos, photos, musique, sons...).	Cr2.1. Le synopsis rédigé est synthétique et présente en quelques lignes l'idée générale du projet vidéo. Cr2.2. Le synopsis présente à la fois les personnages, le sujet général, le lieu et la temporalité. Cr2.3. Le découpage technique est présenté sous forme de tableau. Il reprend pour chaque scène : l'action, le lieu, la valeur du plan, le mouvement de la caméra. Cr2.4. Le synopsis et le découpage technique sont en cohérence avec les objectifs et les moyens de l'entreprise. Cr2.5. Le candidat précise à l'oral les éléments et les sources liés à l'entreprise qui seront utilisés pour le projet vidéo : logo, charte graphique, photos, musiques, sons.
C3. Réaliser des prises d'image et de son en utilisant un appareil photo, un smartphone ou un drone et en prévoyant les contenus vidéos secondaires à produire, afin de rassembler suffisamment de matière pour le montage de la vidéo.	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.	Cr3.1. Le candidat utilise correctement les techniques de captation d'image sur les prises d'image sélectionnées. Cr3.2. Le candidat utilise correctement les techniques de captation de son sur les prises sélectionnées. Cr3.3. 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. Cr3.4. Les rushs sélectionnés sont exploitables avec une qualité homogène au niveau de l'image. Cr3.5. Les rushs sélectionnés sont exploitables avec un niveau de son stable et suffisant.

C4. Monter la vidéo à partir des prises de vues et de sons effectuées en utilisant un logiciel ou une application de montage adaptée, 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 l'entreprise.	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 ou d'une application de montage de son choix (Adobe Première Pro, Final Cut, Capcut, Canva, Adobe Premiere Rush...).	Cr4.1. Le candidat a choisi et utilisé un logiciel ou une application de montage (Adobe Premiere Pro, Final Cut, Capcut, Canva etc.). Cr4.2. Les plans sélectionnés sont correctement importés dans le logiciel ou l'application de montage choisie. C4.3. Le candidat a réalisé correctement le dérushage de l'ensemble de ses prises de vue en sélectionnant les productions les plus pertinentes. Cr4.4. Des contenus multimédias (musiques et bruitages, photos, logos, textes, autres contenus vidéo) sont correctement importés dans le logiciel ou l'application de montage. Cr4.5. Le candidat justifie qu'au moins un type de transition a été utilisé lors de la phase de post production (fondu, zoom, balayage, miroir, slide, effacement, flou, séparation, etc.) Cr4.6. Le candidat justifie qu'au moins un type d'effet audio ou vidéo a été utilisé lors de la phase de post production (trajectoire, opacité, volume, etc.) Cr4.7. Les prises effectuées sont en nombre suffisant pour assurer un montage optimal. Cr4.8. Le montage de la vidéo est effectué à partir des éléments importés et correspond au découpage technique. Cr4.9. Le montage de la vidéo correspond aux objectifs de l'entreprise et à la cible marketing définie.
C5. Exporter la vidéo promotionnelle de l'entreprise vers des supports de diffusion digitaux en prenant en compte leurs contraintes techniques et leurs publics afin de produire des exports conformes techniquement et adaptés aux médias digitaux choisis.	Le candidat présente à l'écran et commente des exports de la vidéo promotionnelle, adaptés aux moyens de diffusion digitaux choisis (réseaux sociaux, site internet, etc.) et à leurs publics.	Cr5.1. Le candidat choisit au moins un support de diffusion digital. Le support est en cohérence avec sa cible et les objectifs stratégiques fixés. Cr5.2. Les contraintes techniques des différents moyens de diffusion choisis par le candidat sont respectées au moment de l'exportation de la vidéo (format de fichier, format de l'image, poids du fichier, etc.).