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 SKILL DEVELOPMENT PROJECT

PROJECT COORDINATION UNIT

TECHNICAL COORDINATION OF COMPONENT II

REFERENTIEL DE FORMATION PROFESSIONNELLE

Selon l'Approche Par Compétences (APC)

REFERENTIEL D'EVALUATION (REVA)

SECTEUR : NUMÉRIQUE

METIER : MARKETEUR DIGITAL

NIVEAU DE QUALIFICATION : OUVRIER QUALIFIÉ

EQUIPE DE REDACTION

N°	Noms et prénoms	Structure	Qualification
1	WADANG MOUNGNONE Pierrot	MINEFOP	Méthodologue
2	NEKAM Floriane	MINEFOP	Méthodologue
3	NDJIMIRGA ELYA	Privé	Software Engineer / ICT teacher
4	DINEP SIME Elisée	ELFI Events	Marketeur Digital

TABLE DES MATIÈRES

EQUIPE DE REDACTION 1
REMERCIEMENTS 3
ABRÉVIATIONS ET ACRONYMES 4
LISTES DES PERSONNES CONSULTÉES 5
I.PRESENTATION D'UN REFERENTIEL D'EVALUATION 6
a). Nature 6
b) Structure 6
c) Finalites 6
d) Modalites d'evaluation des competences 7
e) Elements prescriptifs 7
II. PRÉSENTATION DES CONCEPTS ET DES PRINCIPALES DÉFINITIONS 7
A) Concepts 7
B) Principales définitions 8
III. DESCRIPTION SYNTHÈSE DU RÉFÉRENTIEL DE FORMATION 9
A) Tableau synthèse du référentiel de formation 10
B) Tableau d'analyse des compétences générales et du processus de travail 13
C) Table d'analyse des critères généraux de performance 16
IV. PRESENTATION DES OUTILS 16
A) Tableau de spécifications 17
B) Description de l'épreuve 17
C) Fiche d'évaluation 17
V. ÉVALUATION DES COMPÉTENCES 18
A) Modalités d'évaluation formative 18
B) Éléments d'évaluation 18
C) Évaluation sommative 18
COMPÉTENCES TRADUITES EN COMPORTEMENT 40
RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES 99
ANNEXE 101
EQUIPE DE VALIDATION 101

REMERCIEMENTS

Ce Référentiel de Formation (REF) 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). 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 Marketeur Digital (niveau de qualification : ouvrier qualifié) 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.

ABRÉVIATIONS ET ACRONYMES

APC	Approche Par Compétences
AST	Analyse de Situation de Travail
BEPC	Brevet d'Etude du Premier Cycle
CAP	Certificat d'Aptitude Professionnelle
CPC	Cost Per Click
CQP	Certificat de Qualification Professionnelle
CRM	Customer Relationship Management
CTA	Call To Action
CV	Curriculum vitae
DQP	Diplôme de Qualification Professionnelle
GCE O Level	General Certificate of Education Ordinary Level
GECAM	Groupement des Entreprises du Cameroun
GOPM	Guide d'Organisation Pédagogique et Matérielle
GP	Guide Pédagogique
HTML	HyperText Markup Language
IA	Intelligence Artificielle
IGF	Inspection Générale des Formations
KPI	Key Performance Indicator
PADESCE	Projet d'Appui au Développement de l'Enseignement Secondaire et des Compétences pour la Croissance et l'Emploi
QCM	Questionnaire à Choix Multiple
RAST	Rapport d'Analyse de Situation de Travail
RMC	Référentiel de Métier-Compétences
ROI	Return On Investment
SEA	Search Engine Advertising
SEO	Search Engine Optimisation
SMART	Specific Measurable Achievable Relevant Time-bound
SMS	Short Message Service
SND30	Stratégie Nationale de Développement du Cameroun 2030
SWOT	Strengths Weaknesses Opportunities Threats

LISTES DES PERSONNES CONSULTÉES

N°	Noms et prénoms	Structure	Qualification
01	IBRAHIM AHMADOU	Light R Digital	Marketeur Digital
02	SOBGOUM TSAGUE Wilfried	CENTIC	Data Manager
03	MEDIE Maxwell	MTN CAMEROUN	Marketeur Digital
04	Jean Philippe OUETHY WANDJI	ORANGE CAMEROUN	Community Manager
05	Zacharie NGO NOGUT	STUDIO XL SARL	Marketeur Digital
06	NKENDO YONKE Cyriaque	GMS-CONSULTING	Marketeur Digital
07	RATILLON TCHOFA Jean Guy	VTI_GS	E-marketiste
08	EYIKE Rene	CIS_F	E-marketiste
09	Bright BABILA NJI	WESCO CAMEROON	Marketeur Digital
10	NGIAMBA MAVIANE Christian	IUT	Software Engineer / ICT teacher

I.PRESENTATION D'UN REFERENTIEL D'EVALUATION

a). Nature

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

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

b) Structure

Le Référentiel d'Evaluation se présente comme suit :

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

c) Finalités

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

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

d) Modalités d'évaluation des compétences

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

e) Eléments prescriptifs

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

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

II. PRÉSENTATION DES CONCEPTS ET DES PRINCIPALES DÉFINITIONS

A) Concepts

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

Le mode d'évaluation privilégiée en formation professionnelle est celui de type « critériel ». Ce type d'évaluation permet d'établir si une personne a atteint le niveau requis, en matière de performance ou de participation, au regard d'une tâche ou d'une activité, et ce, en fonction de critères précis. Il s'agit donc de vérifier dans quelle mesure un apprenant a atteint une compétence déterminée dans le programme de formation, selon les critères de performance du programme et selon les critères définis pour l'évaluation aux fins de la sanction, en évitant de le situer par rapport à ses pairs ou à un groupe.

B) Principales définitions

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

Appréciation.
Démarche de la pensée aboutissant à un jugement de valeur.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Règle de verdict.
Élément d'évaluation qui doit être obligatoirement réussi.

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

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

Test d'une épreuve.
Essai d'une épreuve auprès d'un groupe restreint d'apprenants afin de vérifier la faisabilité et la validité de l'épreuve.
Tolérance.
Marge d'inexactitude ou d'erreur admise lors d'une épreuve de connaissances pratiques ou d'activités d'apprentissage pratique
Univoque.
Se dit d'une interprétation unique
Validité d'un instrument d'évaluation.
Capacité d'un instrument de mesurer réellement ce qu'il prétend évaluer.
Versions d'une épreuve.
Différentes épreuves évaluant la même compétence, soit par une mise en situation différente, soit par la production d'un produit différent ou par la prestation d'un service différent mais dont les éléments critères sont identiques et de difficulté de même niveau.

III. DESCRIPTION SYNTHÈSE DU RÉFÉRENTIEL DE FORMATION

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

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

Ainsi, le référentiel de formation pour le métier de Marketeur Digital traduit les orientations particulières en matière de formation. Il prépare donc la personne à devenir un travailleur du secteur numérique pouvant mener des activités seul, en équipe ou sous supervision, pour le compte d'une entreprise ou à son compte personnel.

De plus, le référentiel de formation vise à rendre apte le Marketeur Digital de définir une stratégie globale pour atteindre les objectifs marketings en ligne de l'organisation ; de créer, mettre en œuvre et gérer des campagnes de marketing en ligne ; de gérer des présences de l'organisation sur les plateformes de médias sociaux ; d'utiliser les outils d'analyse pour suivre, mesurer et analyser les performances des campagnes et des actions de marketing en ligne ; de créer du contenu pour l'animation des campagnes publicitaires en ligne ; de mettre en place des actions de référencement SEO et SEA ; de produire des rapports détaillés des campagnes publicitaires effectuées en ligne ; d'identifier les tendances et les opportunités d'amélioration, afin d'optimiser les stratégies et les investissements de l'organisation.

Dans l'exercice de son métier, le Marketeur Digital est chargé de :

- Définir une stratégie globale pour atteindre les objectifs marketings en ligne de l'organisation ;
- Mettre en œuvre et gérer des campagnes publicitaires en ligne ;
- Gérer des présences de l'organisation sur les plateformes de médias sociaux ;

- Utiliser les outils d'analyse pour suivre, mesurer et analyser les performances des campagnes et des actions de marketing en ligne ;
- Créer du contenu pour l'animation des campagnes publicitaires en ligne ;
- Mettre en place des actions de référencement SEO et SEA ;
- Produire des rapports détaillés des campagnes publicitaires effectuées en ligne ;
- Identifier les tendances et les opportunités d'amélioration, afin d'optimiser les stratégies et les investissements de l'organisation.

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

A) Tableau synthèse du référentiel de formation

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

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	30	0	30	2	C	G	Communication en milieu professionnel
3	Prévenir les atteintes à la santé, à la sécurité, à l'intégrité physique et à l'environnement	30	0	30	2	S	G	Hygiène, Santé, Sécurité et Environnement
4	Utiliser les outils de production et de présentation des documents	45	0	45	3	C	G	Outils de production et de présentation des documents
5	Utiliser les données sur le comportement des consommateurs	45	0	45	3	C	G	Utilisation des données sur le comportement des consommateurs
6	Utiliser les techniques de promotion des produits et services	60	0	60	4	C	G	Utilisation des stratégies de promotion des produits et services en ligne
7	Préparer les actions de marketing digital	60	60	0	4	C	P	Préparation des actions de marketing digital
8	Créer du contenu numérique	90	90	0	6	C	P	Création de contenu numérique
09	Contrôler les médias sociaux et la présence en ligne	75	75	0	5	C	P	Contrôle des médias sociaux et la présence en ligne
10	Référencer les moteurs de recherche et sites web	75	75	0	5	C	P	Référencement des moteurs de recherche
11	Organiser les campagnes de marketing en ligne	120	120	0	8	C	P	Organisation des campagnes de marketing en ligne
12	Evaluer les performances de campagnes de marketing digital	45	45	0	3	C	P	Evaluation des campagnes de marketing digital
13	Rechercher un emploi	45	0	45	3	S	G	Entreprenariat

N°	Énoncé de la compétence	Durée	CP	CG	Unités	Types d'objets	Types de compétences	Titre du Module
14	S’intégrer en milieu professionnel	315	315	0	21	S	P	Stage
	Total	**1 065**	**780**	**285**	**71**			
			73%	***27%***				

Une unité = 15 heures

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

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

Marketeur Digital (Ouvrier qualifié)			**Compétences générales**							**Processus de travail**				**Nombre de compétences**
Compétences particulières	**Numéro de la compétence**	**Type d' objectif**	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 outils de production et de présentation des documents	Utiliser les données sur le comportement des	Utiliser les techniques de promotion des produits et services	Rechercher un emploi	Planifier le travail à réaliser	Exécuter le travail en adoptant les mesures de sécurité	Contrôler la qualité du travail.	Nettoyer le poste de travail	
Numéro de la compétence			01	02	03	04	05	06	13					07
Type d'objectif			S	C	S	C	C	C	C					
COMPÉTENCES PARTICULIÈRES														
Préparer les actions de marketing digital	07	C	□	⊗	⊗	●	●	●	□	●	●	●	⊗	
Créer du contenu numérique	08	C	□	⊗	⊗	●	●	●	□	●	●	●	⊗	
Contrôler les médias sociaux et la présence en ligne	09	C	□	●	⊗	●	●	⊗	□	●	●	●	⊗	
Référencer les moteurs de recherche et sites web	10	C	□	⊗	⊗	⊗	●	●	□	●	●	●	⊗	
Organiser les campagnes de marketing en ligne	11	C	□	●	●	●	●	●	□	●	●	●	⊗	
Evaluer les performances de campagnes de marketing digital	12	C	□	●	●	●	●	⊗	□	●	●	●	⊗	
S'intégrer en milieu professionnel	14	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	⊗	
Nombre de compétences	07													14

● Réinvestissement au niveau de l'évaluation de formation

⊗ Liens fonctionnels non retenus pour les fins d'évaluation

☐ Aucune application dans le référentiel

C) Table d'analyse des critères généraux de performance

Marketeur Digital **(Compétences traduites en comportement)**	**Numéro de la compétence**	**COMPETENCES**	**Durée (h)**	**CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE**							
				Respect rigoureux des	Communication efficace	Choix judicieux des	Contrôle rigoureux	Utilisation appropriée des	Identification précise des	Production des supports	Ajustement judicieux des
Communiquer en milieu professionnel	02	C	30	○	△	□	□	○	□	□	□
Utiliser les outils de production et de présentation des documents	04	C	45	□	□	□	○	△	□	□	□
Utiliser les données sur le comportement des consommateurs	05	C	45	△	△	□	○	△	□	□	□
Utiliser les techniques de promotion des produits et services	06	C	60	△	□	□	□	△	□	□	□
Préparer les actions de marketing digital	07	C	60	□	□	△	□	□	□	□	○
Créer du contenu numérique	08	C	90	△	□	□	□	△	△	□	□
Contrôler les médias sociaux et la présence en ligne	09	C	75	□	□	□	△	□	□	□	□
Référencer les moteurs de recherche et sites web	10	C	75	□	□	□	□	△	□	○	□
Organiser les campagnes de marketing en ligne	11	C	120	□	□	△	○	△	△	△	□
Evaluer les performances de campagnes de marketing digital	12	C	45	□	□	△	□	□	□	△	△

□ Aucune relation dans le programme de formation
△ Retenu au niveau de l'évaluation
○ Critères non retenus pour les fins d'évaluation de sanction.

IV. PRESENTATION DES OUTILS

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

Ces outils comprennent :

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

A) Tableau de spécifications

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

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

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

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

B) Description de l'épreuve

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

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

C) Fiche d'évaluation

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

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

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

V. ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

A) Modalités d'évaluation formative

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

B) Éléments d'évaluation

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

Dans le cas de la compétence traduite en comportement, les éléments de l'évaluation reposent sur des comportements relatifs aux tâches ou aux productions particulières du métier.
Dans le cas des compétences traduites en situation, l'évaluation est orientée sur l'engagement de l'apprenant dans la démarche qui lui est proposée durant la formation.

C) Évaluation sommative

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

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

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

Tableau 1 : Synthèse du programme de formation

METIER : Marketeur Digital				VOLUME HORAIRE : 1 065 h					
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	2h	S	G	70%
02	Communiquer en milieu professionnel	Communication en milieu professionnel	30	Ecrite et orale	Ps Pt	2h	C	G	
03	Prévenir les atteintes à la santé, à la sécurité, à l'intégrité physique et à l'environnement	Hygiène, Santé, Sécurité et Environnement	30	Orale et écrite	Ps Pt	2h	S	G	
04	Utiliser les outils de production et de présentation des documents	Outils de production et de présentation des documents	45	Ecrite et Pratique	Ps Pt	3h	C	G	
05	Utiliser les données sur le comportement des consommateurs	Utilisation des données sur le comportement des consommateurs	45	Ecrite	Ps Pt	3h	C	G	
06	Utiliser les techniques de promotion des produits et services	Utilisation des techniques de promotion des produits et services en ligne	60	Pratique et écrite	Ps	4h	C	G	
07	Préparer les actions de marketing digital	Actions de marketing digital	60	Pratique et Ecrite	Ps Pt	4h	C	P	
08	Créer du contenu numérique	Création de contenu numérique	90	Pratique et écrite	Ps Pt	6h	C	P	

09	Contrôler les médias sociaux et la présence en ligne	Contrôle des médias sociaux et la présence en ligne	75	Pratique et écrite	Ps Pt	5h	C	P	
10	Référencer les moteurs de recherche et sites web	Référencement des moteurs de recherche	75	Pratique et écrite	Ps Pt	5h	C	P	
11	Organiser les campagnes de marketing en ligne	Organisation des campagnes de marketing en ligne	120	Pratique et écrite	Ps Pt	8h	C	P	
12	Evaluer les performances de campagnes de marketing digital	Evaluation des campagnes de marketing digital	45	Pratique et écrite	Ps Pt	3h	C	P	
13	Rechercher un emploi	Entreprenariat	45	Pratique et écrite	Ps Pt	3h	S	G	
14	S'intégrer en milieu professionnel	Stage	315	Pratique et écrite	Ps Pt	5h	C	P	
Total			**1 065**						

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

Renseignements complémentaires

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

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

Grille de rétroaction

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

COMPÉTENCES TRADUITES EN SITUATIONS

TABLEAU DE SPÉCIFICATIONS			
Métier	Marketeur Digital	**Code :**	**MEFO01**
Nº et énoncé de la compétence :	**1. Se situer au regard du métier et de la formation**	**Durée d'apprentissage :**	**30h**
Éléments de la compétence	**Indicateurs**	**Critères d'évaluation**	
S'informer sur le métier	1. Recueil de données sur la nature et sur les exigences du métier	1.1. Description judicieuse de la nature et des exigences de l'emploi	☐
	2. Recueil de données sur les caractéristiques du marché du travail	2.1. Résumé succinct des principales caractéristiques du travail	☐
S'informer sur le programme de formation et engagement de la démarche	3. Collecte d'informations sur le programme, la démarche de formation et d'évaluation	3.1. Description des compétences à acquérir	☐
		3.2. Description correcte des modes d'évaluation	■
	4. Participation à une rencontre de groupe	4.1. Expression correcte de la perception du programme de formation	☐
		4.2. Comparaison correcte de sa perception du programme de formation avec le marché du travail	☐
Évaluer et confirmer son engagement	5. Présentation d'un bilan personnel	5.1. Précision correcte de goûts, aptitudes, champs d'intérêt et qualités personnelles	■
		5.2. Synthèse correcte des différents aspects du métier	☐
	6. Décision définitive de poursuite de programme	6.1. Choix final de poursuite ou non du programme de formation	■

Seuil de réussite :
6 des 9 critères d'évaluation, dont les critères noircis, pour que l'on considère la compétence acquise

DESCRIPTION DE L'ENGAGEMENT	Code : MEFO 01

Compétence 1 : Se situer au regard du métier et de la formation

Renseignements généraux

L'évaluation de la participation de l'apprenant à des activités vise à assurer l'acquisition de la compétence : « Se situer au regard du métier et de la démarche de formation ».

L'évaluation de la participation est faite tout au long du module par le formateur, à l'aide d'une grille. Elle porte sur la participation de l'apprenant aux différentes activités individuelles, en groupe et en sous-groupe, et non sur les résultats obtenus.

L'épreuve comprend trois parties. Chacune des parties est accompagnée de consignes particulières.

Déroulement

- *S'informer sur le métier*

Cette partie recueille des données sur la majorité des sujets à traiter et exprime convenablement la perception du métier au moment d'une rencontre de groupe en faisant le lien avec l'information recueillie.

Dans leur recherche, les apprenants auront à préciser :

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

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

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

Au cours de la discussion, l'apprenant aura :

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

- *Evaluer et confirmer son engagement*

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

Dans le rapport, l'apprenant aura :

- à démontrer, par quelques exemples, comment son choix d'orientation par rapport à la profession de Marketeur Digital est en conformité ou non avec ses goûts, ses aptitudes et ses champs d'intérêt;
- à donner des exemples quant aux possibilités d'exercer le métier et de progresser dans ce métier.

<table>
<tr><td colspan="2">FICHE D'EVALUATION</td><td>Code : MEFO01</td></tr>
<tr><td>N° et énoncé de la compétence</td><td colspan="2">1. Se situer au regard du métier et de la formation</td></tr>
<tr><td colspan="3">Module 1 : Métier et formation</td></tr>
<tr><td colspan="2">Nom de l'apprenant :
Structure de formation :
Date de l'évaluation :

Signature du formateur :</td><td>Résultat
SUCCES ☐ | ECHEC ☐</td></tr>
<tr><td colspan="2">ELEMENTS D'OBSERVATION</td><td>Jugement
OUI | NON</td></tr>
<tr><td colspan="2">1. Recueil de données sur la nature et sur les exigences du métier
1.1. Recueil de données sur la nature et sur les exigences du métier</td><td>☐ | ☐</td></tr>
<tr><td colspan="2">2. Recueil de données sur les caractéristiques du marché du travail
2.1. Résumé succinct des principales caractéristiques du travail</td><td>☐ | ☐</td></tr>
<tr><td colspan="2">3. Collecte d'informations sur le programme, la démarche de formation et d'évaluation
3.1. Description des compétences à acquérir
3.2. Description correcte des modes d'évaluation</td><td>☐ | ☐
☐ | ☐</td></tr>
<tr><td colspan="2">4. Participation à une rencontre de groupe
4.1. Expression correcte de la perception du programme de formation
4.2. Comparaison correcte de sa perception du programme de formation avec le marché du travail</td><td>☐ | ☐
☐ | ☐</td></tr>
<tr><td colspan="2">5. Présentation d'un bilan personnel
5.1. Précision correcte de goûts, aptitudes, champs d'intérêt et qualités personnelles
5.2. Synthèse correcte des différents aspects du métier</td><td>☐ | ☐
☐ | ☐</td></tr>
<tr><td colspan="2">6. Décision définitive de poursuite de programme
6.1. Choix final de poursuite ou non du programme de formation</td><td>☐ | ☐</td></tr>
<tr><td colspan="2">TOTAL :</td><td>/9</td></tr>
<tr><td colspan="3">Seuil de réussite : 6 oui sur une possibilité de 9 (dont la satisfaction aux exigences des critères d'évaluation 3.2, 5.1 et 5.3.</td></tr>
<tr><td colspan="3">Remarque :</td></tr>
</table>

DESCRIPTION DE L'ENGAGEMENT	Code : MEFO01

Compétence 1 : Se situer au regard du métier et de la formation

Renseignements généraux

L'évaluation de la participation de l'apprenant à des activités vise à assurer l'acquisition de la compétence : « Se situer au regard du métier et de la démarche de formation ».

L'évaluation de la participation est faite tout au long du module par le formateur, à l'aide d'une grille. Elle porte sur la participation de l'apprenant aux différentes activités individuelles, en groupe et en sous-groupe, et non sur les résultats obtenus.

L'épreuve comprend trois parties. Chacune des parties est accompagnée de consignes particulières.

Déroulement

- *S'informer sur le métier*

Cette partie recueille des données sur la majorité des sujets à traiter et exprime convenablement la perception du métier au moment d'une rencontre de groupe en faisant le lien avec l'information recueillie.

Dans leur recherche, les apprenants auront à préciser :

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

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

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

Au cours de la discussion, l'apprenant aura :

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

- *Evaluer et confirmer son engagement*

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

Dans le rapport, l'apprenant aura :

- à démontrer, par quelques exemples, comment son choix d'orientation par rapport à la profession de Marketeur Digital est en conformité ou non avec ses goûts, ses aptitudes et ses champs d'intérêt;
- à donner des exemples quant aux possibilités d'exercer le métier et de progresser dans ce métier.

TABLEAU DE SPÉCIFICATIONS			
Métier	Marketeur Digital	**Code :**	**HSSE03**
N° et énoncé de la compétence	**3. Prévenir les atteintes liées à la santé, à la sécurité au travail et à l'environnement**	**Durée d'apprentissage**	**30h**
Éléments de la compétence	**Indicateurs**	**Critères d'évaluation**	
S'informer des lois et des règlements sur la santé et la sécurité au travail et à la gestion de l'environnement	1. Identification du corpus et du dispositif juridique lié au HSE	1.1. Interprétation juste de la législation du travail.	☒
		1.2. Relevé approprié des normes et des procédures de santé et de sécurité au travail.	☐
		1.3. Repérage adéquat de l'information dans les documents et les pictogrammes.	☐
Identifier les risques liés à la santé, a sécurité et l'environnement du métier de Marketeur Digital	2. Identification des risques professionnels du métier de l'ouvrier Marketeur Digital	2.1. Repérage correct des situations à risques et des sources de dangers.	☐
		2.2. Appréciation juste des risques associés à la situation.	☐
	3. Identification des impacts et mesures environnementaux	3.1. Identification correcte des impacts et mesures environnementaux	☐
Appliquer des mesures préventives liées à l'hygiène, la santé et la sécurité au travail	4. Identification des moyens de prévention des risques de santé et de sécurité professionnelles	4.1. Identification correcte des équipements de protection individuelle et collective	☒
		4.2. Reconnaissance juste des mesures préventives.	☒
		5.1. Identification claire des menaces de sécurité informatique	☐

TABLEAU DE SPÉCIFICATIONS			
Métier	Marketeur Digital	**Code :**	**HSSE03**
N° et énoncé de la compétence	**3. Prévenir les atteintes liées à la santé, à la sécurité au travail et à l'environnement**	**Durée d'apprentissage**	**30h**
Éléments de la compétence	**Indicateurs**	**Critères d'évaluation**	
	5. Identification des risques liés à la sécurité informatique et des moyens de prévention dédiés	5.2. Identification des risques de sécurité informations	☐
		5.3. Utilisation correcte des moyens de prévention des risques et des dispositifs de sécurité informatique	☐
Intervenir en situation d'urgence	6. Évaluation du niveau de gravité de la situation	6.1. Appréciation juste de la gravité de la situation	☐
		6.2. Manifestation d'attitudes et de comportements sécurisants et réconfortants.	☐
	7. Organisation de l'intervention d'urgence	7.1. Exécution efficace des interventions de premier niveau en cas d'accident.	☒
		7.2. Respect de la procédure d'appel aux ressources compétentes.	☐
Prévenir les infections transmissibles sexuellement (IST), le virus d'immunodéficience humaine (VIH/SIDA) et d'autres maladies transmissibles	8. Information sur les maladies infectieuses	8.1. Collecte d'information pertinente sur les modes de transmission, l'évolution et les moyens de prise en charge.	☐
		8.2. Reconnaissance des conséquences possibles de comportements inappropriés.	☐
Développer un comportement écologiquement responsable	9. Identification des enjeux du développement durable	9.1. Identification correcte des enjeux du développement durable	☒
Seuil de réussite: Quatorze des dix-neuf critères d'évaluation, dont les critères cochés, pour que l'on considère la compétence acquise			

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

Renseignements généraux

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

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

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

Déroulement

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

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

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

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

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

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

- *Intervenir en situation d'urgence*

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

- *Développer un comportement écologiquement responsable*

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

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

Nom de l'apprenant: Établissement d'enseignement: Date de l'évaluation: Signature du formateur:	**Résultat**	
	SUCCÈS	**ÉCHEC**
	☐	☐

ÉLÉMENTS D'OBSERVATION		
	Jugement	
	OUI	**NON**
1. Identification du corpus et du dispositif juridique 1.1. Interprétation juste de la législation du travail. 1.2. Relevé approprié des normes et des procédures de santé et de sécurité au travail. 1.3. Repérage adéquat de l'information dans les documents et les pictogrammes.	☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐
2. Identification des risques liés à la sante en milieu de travail 2.1. Repérage correct des situations à risques et des sources de dangers. 2.2. Appréciation juste des risques associés à la situation.	☐ ☐	☐ ☐
3. Identification des risques liés à la sécurité et à l'environnement 3.1. Anticipation juste des dangers actuels ou potentiels. 3.2. Reconnaissance juste des comportements et des attitudes comportant des risques.	☐ ☐	☐ ☐
4. Distinction des équipements de protection individuelle et collective 4.1. Utilisation conforme des équipements de protection individuelle et collective 4.2. Reconnaissance juste des mesures préventives.	☐ ☐	☐ ☐
5. Utilisation des principes ergonomiques et des normes de sécurité 5.1. Reconnaissance appropriée des conséquences du non-respect des principes ergonomiques et normes de sécurité sur le plan individuel et celui de l'entreprise. 5.2. Association appropriée des principes ergonomiques et normes d'hygiène, de santé et de sécurité aux zones de travail.	☐ ☐	☐ ☐
6. Prévention des risques de violences basées sur le genre dans le numérique 6.1. Prévention efficace des risques de violences basées sur le genre dans le numérique	☐	☐

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

TABLEAU DE SPÉCIFICATIONS				
Métier	**Marketeur Digital**		**Code : ENTR13**	
N° et Énoncé de la Compétence	**13. Rechercher un emploi**		**Durée d'apprentissage**	45h
Éléments de la compétence	**Stratégie**	**Indicateurs**	**Critères d'évaluation**	**Points**
S'initier à la connaissance de l'entreprise et des éléments comptables, à l'économie, à des notions juridiques et sociales.	Processus	**1. Notion d'entreprise, notions en économie, notions de base en droit des affaires,**	1.1 Mise en pratique conforme des notions de base	20
		2. Réalisation judicieuse des opérations commerciales et des éléments comptables	2.1 Réalisation judicieuse des opérations commerciales et des éléments comptables	10
S'approprier les techniques de recherche d'emploi	Produit	**3. Montage des CV**	3.1 Montage judicieux des CV	10
	Processus	**4. Application des procédures de recherche d'emploi**	4.1 Application judicieuse des procédures de recherche d'emploi	25
S'approprier les techniques de base de montage d'un projet de création d'entreprise (entrepreneuriat).	Processus	**5. Examen des conditions de réussite d'un projet de création ou d'auto emploi**	5.1 Examen judicieux des conditions de réussite d'un projet de création ou d'auto emploi	10
		6. Présentation d'un plan d'affaires	6.1 Rédaction correcte d'un plan d'affaires	25

DESCRIPTION DE L'EPREUVE	Code : ENTR13
N° et Énoncé de la Compétence	**13. Rechercher un emploi**

Renseignements généraux

L'épreuve a pour but d'évaluer la compétence relative à « Rechercher un emploi ».

Il s'agit d'une épreuve qui prend en considération une portion d'évaluation des connaissances pratiques et celle d'activités d'apprentissage pratique.

L'épreuve d'activités d'apprentissage pratique pourrait être administrée individuellement ou en groupe.

L'évaluation des connaissances pratiques pourrait être réalisée avec l'ensemble des apprenants.

L'épreuve pourrait être d'une durée de 3 heures, ce qui inclut la phase pratique et celle de l'évaluation des connaissances pratiques.

Déroulement de l'épreuve

On pourra demander à l'apprenant de jouer le rôle d'un candidat soumis à une interview pour un emploi.

Matériel

- 01 table ;
- 03 chaises pour le jury ;
- 01 chaise pour l'apprenant ;
- Questionnaires ;
- Papier et stylos.

Consignes particulières

L'épreuve pourrait être administrée durant le temps d'apprentissage d'une compétence subséquente (compétence 13) ou d'une compétence évaluée en parallèle, (compétences 12) ;

L'observation pourrait être faite en simulation pour le premier cas d'évaluation.

En cas d'échec, l'épreuve pourrait être reprise dans son ensemble. Si un seul élément est très faible comparativement aux autres pour lesquels les performances de l'apprenant seraient excellentes, seul cet élément pourrait être repris.

FICHE D'EVALUATION		Code : ENTP ……
N° et Énoncé de la Compétence	**13. Rechercher un emploi**	**Durée : 3h**

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

Signature du formateur :

Résultat	
SUCCES	**ECHEC**
☐	☐

ELEMENTS D'OBSERVATION	OUI	NON	RESULTATS
1. NOTION D'ENTREPRISE, NOTIONS EN ECONOMIE, NOTIONS DE BASE EN DROIT DES AFFAIRES 1.1 Mise en pratique conforme des notions de base			0 ou 20
2. REALISATION JUDICIEUSE DES OPERATIONS COMMERCIALES ET DES ELEMENTS COMPTABLES 2.1 Réalisation judicieuse des opérations commerciales et des éléments comptables			0 ou 10
3. MONTAGE DES CV 3.1 Montage judicieux des CV			0 ou 10
4. APPLICATION DES PROCEDURES DE RECHERCHE D'EMPLOI 4.1 Application judicieuse des procédures de recherche d'emploi			0 ou 25
5. EXAMEN DES CONDITIONS DE REUSSITE D'UN PROJET DE CREATION OU D'AUTO EMPLOI 5.1 Examen judicieux des conditions de réussite d'un projet de création ou d'auto emploi			0 ou 10
6. PRESENTATION D'UN PLAN D'AFFAIRES 6.1 Rédaction correcte d'un plan d'affaires			0 ou 25
TOTAL			**/100**
Seuil de réussite : 70%			
Remarque :			

TABLEAU DE SPECIFICATIONS			
Métier	**Marketeur Digital**	**Code :**	**STAG14**
N° et énoncé de la Compétence	**S'intégrer au milieu professionnel**	**Durée d'apprentissage**	**315h**
Eléments de la compétence	**Indicateurs**	**Critères d'évaluation**	
Préparer son séjour en milieu de travail	1. Recueil des données pertinentes pour le stage	1.1 Recueil correct des données pertinentes pour le stage	
		1.2 Description exhaustive des tâches prévues pour son stage	
	2.1 Choix des stages	2.1 Choix judicieux des entreprises pour le stage	
		2.2 Élaboration conforme du dossier de stage	
Respecter les principes de discipline et de déontologie	3. Distinction des règles de conduite	3.1 Respect des consignes, des règlements, de la hiérarchie et des normes environnementales	
	4. Application des règles de conduite de l'entreprise	4.1 Démonstration des qualités personnelles et professionnelles	
Exécuter les activités en milieu de travail	5. Utilisation des équipements	5.1 Exécution appropriée des tâches	
		5.2 Assimilation parfaite et démonstration des opérations liées au métier	
	6. Exécution ou participation aux tâches	6.1 Développement des attitudes professionnelles	
		6.2 Choix et utilisation adéquats des matériels de l'entreprise	
Comparer ses perceptions aux réalités du métier	7. Participation à des échanges sur le stage	7.1 Résumé de l'expérience de stage	
	8. Relation entre la formation et les exigences du milieu de travail	8.1 Démonstration de l'influence du stage sur le choix d'un futur emploi	

Rédiger le rapport de stage	9. Respect du canevas de rédaction du rapport de stage	9.1 Respect des principes de la langue utilisée	☐
		9.2 Pertinence du contenu du rapport	☐
	10. Rédaction du rapport de stage	10.1 Rédaction soignée et concise	
Seuil de réussite : 3 des 5 critères d'évaluation, dont les critères noircis, pour que l'on considère la compétence acquise			

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

Renseignements généraux

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

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

Déroulement de l'épreuve

18 Préparer son séjour en milieu de travail

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

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

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

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

19 Respecter les principes de discipline et de déontologie

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

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

20 Exécuter les activités en milieu de travail

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

21 Comparer ses perceptions aux réalités du métier

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

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

22 Rédiger le rapport de stage

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

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

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

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

Résultat	
SUCCES	**ECHEC**
☐	☐

Signature du formateur :

ELEMENTS D'OBSERVATION	**Jugement**	
	OUI	**NON**
1. RECUEIL DES DONNEES PERTINENTES POUR LE STAGE 1.1 Recueil correct des données pertinentes pour le stage 1.2 Description exhaustive des tâches prévues pour son stage	☐	☐
2.1 CHOIX DES STAGES 2.1 Choix judicieux des entreprises pour le stage 2.2 Élaboration conforme du dossier de stage	☐	☐
3. DISTINCTION DES REGLES DE CONDUITE 3.1Respect des consignes, des règlements, de la hiérarchie et des normes environnementales	☐	☐
4. APPLICATION DES REGLES DE CONDUITE DE L'ENTREPRISE 4.1Démonstration des qualités personnelles et professionnelles	☐	☐
5. UTILISATION DES EQUIPEMENTS 5.1 Exécution appropriée des tâches 5.2 Assimilation parfaite et démonstration des opérations liées au métier	☐	☐
6. EXECUTION OU PARTICIPATION AUX TACHES 6.1 Développement des attitudes professionnelles 6.2 Choix et utilisation adéquats des matériels de l'entreprise	☐	☐
7. PARTICIPATION A DES ECHANGES SUR LE STAGE 7.1 Résumé de l'expérience de stage	☐	☐
8. RELATION ENTRE LA FORMATION ET LES EXIGENCES DU MILIEU DE TRAVAIL 8.1 Démonstration de l'influence du stage sur le choix d'un futur emploi	☐	☐
9. RESPECT DU CANEVAS DE REDACTION DU RAPPORT DE STAGE 9.1 Respect des principes de la langue utilisée 9.2 Pertinence du contenu du rapport	☐	☐
10. REDACTION DU RAPPORT DE STAGE 10.1 Rédaction soignée et concise	☐	☐

TOTAL :	**/7**
Seuil de réussite : 4 des 7 critères d'évaluation dont la satisfaction aux exigences des critères 3.1 et 6.1	

COMPÉTENCES TRADUITES EN COMPORTEMENT

TABLEAU DE SPÉCIFICATIONS				
METIER :	**Marketeur Digital**		**Code : COMO02**	
N° et libellé de la compétence	**2. Communiquer en milieu professionnel**		**Durée d'apprentissage**	**30h**
Éléments de la compétence	**Stratégie**	**Indicateurs**	**Critères d'évaluation**	**Points**
Exploiter les ressources des langues officielles	Produit	1. Appropriation des termes et expressions relatifs au métier en français et en anglais	1.1 Utilisation appropriée de formules et des termes relatifs au métier en français et en anglais	05
		2. Utilisation du français	2.1 Application appropriée du code grammatical du français	05
		3. Making use of English language	3.1 Appropriated use of English language rules	05
		4. Exploitation d'un texte et des ressources documentaires	4.1 Détermination des éléments pertinents d'un texte	05
		5. Exploitation of documentary resources	5.1 Détermination of pertinent éléments of a document	05
Interagir avec les membres de l'équipe et la hiérarchie	Produit	6. Identification des attitudes à adopter dans un contexte professionnel.	6.1 Reconnaissance des attitudes à adopter dans un contexte professionnel.	05
		7. Utilisation des comportements éthiques, d'intégrité et de conduite responsable	7.1 Démonstration de comportements éthiques, d'intégrité et de conduite responsable.	05
		8. Use of means of communication	Use of appropriate means of communication	05
		9. Subjet analysis	9.1 Réponse correcte aux questions portant sur un texte.	05

Produire des écrits généraux et professionnels			9.2 Pertinent analysis of the subjet	05
		10. Redaction d'une production dans la langue recommandée.	10.1 Rédaction correcte d'une production dans la langue recommandée.	05
		11. Utilisation des ouvrages relatifs à la qualité de la langue	11.Utilisation efficace des ouvrages relatifs à la qualité de la langue	05
		12. Redaction des messages et des rapports	12.1 Rédaction claire et concise de messages.	05
			12.2 Production de rapports clairs et concis.	
		13. Vérification de l'efficacité et de la qualité de la communication écrite	13.1 Vérification judicieuse de l'efficacité et de la qualité de la communication écrite.	05
Établir une relation conseil	Produit	14. Détermination of needs	14.1 Precise détermination of needs	05
		15. Utilisation des moyens d'intervention	15.1Détermination des moyens d'intervention appropriés.	
			15.2 Mise en œuvre adéquate des moyens d'intervention.	05
		16. Vérification de l'atteinte des objectifs	○ Communication appropriée de l'information pertinente.	
			16.2 Vérification objective de l'atteinte des objectifs.	05
Encadrer une équipe de travail	Produit	17. Établissement d'un bilan de compétence	○ Établissement judicieuse d'un bilan de compétence	05
		18. Application des techniques d'encadrement	18.1 Identification des aspects favorables à la conduite de réunions.	
			22.2 Application judicieuse des techniques d'encadrement	05
		19. Writing of report	19.1 Judicious writing of report	05

DESCRIPTION DE L'ÉPREUVE	CODE : COM 02
N° 02 et Enoncé de la compétence	**Communiquer en milieu professionnel**

Renseignements généraux

L'épreuve a pour but d'évaluer la compétence relative à « Communiquer en milieu professionnel ». Il s'agit d'une épreuve d'évaluation qui prend en considération une portion d'évaluation des connaissances théoriques et une portion de type pratique.

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

L'évaluation des connaissances théoriques pourrait être réalisée avec l'ensemble des apprenants.

L'environnement de réalisation de l'épreuve de type pratique pourrait s'inspirer d'une situation en milieu de travail.

La durée cumulée de l'ensemble des épreuves pourrait être d'environ 2 heures, et inclure la portion pratique combinée à celle de l'évaluation des connaissances théoriques pour les différents éléments de compétence soit 01 heure pour chaque type d'évaluation.

Contenu de l'épreuve

A partir d'un texte en rapport une situation de travail ou le domaine d'activité, le formateur amènera les apprenants à faire ressortir l'idée principale du texte et à répondre à des questions dont le but est de juger leur capacité d'exploitation de documents et de production des écrits, tout en respectant les règles grammaticales usuelles dans les deux langues.

Par ailleurs, l'apprenant pourra être mis en situation de communiquer oralement dans les deux langues dans le cadre de la portion pratique de l'épreuve.

Matériel (Pour un groupe de 25 apprenants)

- *01 micro-ordinateur*
- *Dictionnaires*
- *Livres*
- *01 vidéoprojecteur*
- *Etc.*

Consigne particulière

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

FICHE D'ÉVALUATION			CODE :
N° 02 et Énoncé de la compétence	**Communiquer en milieu professionnel**		**Durée 2 h**
Nom de l'apprenant: Établissement d'enseignement: Date de l'évaluation: Signature du formateur:			Résultat SUCCÈS / ÉCHEC
ÉLÉMENTS D'OBSERVATION	OUI	NON	RÉSULTATS
1. APPROPRIATION DES TERMES ET EXPRESSIONS RELATIFS AU MÉTIER EN FRANÇAIS ET EN ANGLAIS 1.1 Utilisation appropriée de formules et des termes relatifs au métier en français et en anglais			0 ou 5
2. UTILISATION DU FRANÇAIS 2.1 Application appropriée du code grammatical du français			0 ou 5
3. MAKING USE OF ENGLISH LANGUAGE 3.1 Appropriated use of English language rules			0 ou 5
4. EXPLOITATION D'UN TEXTE ET DES RESSOURCES DOCUMENTAIRES 4.1 Détermination des éléments pertinents d''un texte			0 ou 5
5. EXPLOITATION OF DOCUMENTARY RESOURCES 5.1 Détermination of pertinent éléments of a document			0 ou 5
6. IDENTIFICATION DES ATTITUDES À ADOPTER DANS UN CONTEXTE PROFESSIONNEL 6.1 Reconnaissance des attitudes à adopter dans un contexte professionnel.			0 ou 5
7. UTILISATION DES COMPORTEMENTS ÉTHIQUES, D'INTÉGRITÉ ET DE CONDUITE RESPONSABLE 7.1 Démonstration de comportements éthiques, d'intégrité et de conduite responsable.			0 ou 5
8. Use of means of communication 8.1 Use of appropriate means of communication			0 ou 5
9. RÉSOLUTION DES QUESTIONS PORTANT SUR UN TEXTE. 9.1 Réponse correcte aux questions portant sur un texte. 9.2 Analyse pertinente d'un sujet.			0 ou 5 0 ou 5
10. RÉDACTION D'UNE PRODUCTION DANS LA LANGUE RECOMMANDÉE. 10.1 Rédaction correcte d'une production dans la langue recommandée.			0 ou 5
11. UTILISATION DES OUVRAGES RELATIFS À LA QUALITÉ DE LA LANGUE 11.1 Utilisation efficace des ouvrages relatifs à la qualité de la langue			0 ou 5
12. RÉDACTION DES MESSAGES ET DES RAPPORTS			0 ou 5

FICHE D'ÉVALUATION			CODE :
N° 02 et Énoncé de la compétence	**Communiquer en milieu professionnel**		**Durée 2 h**
12.1 Rédaction claire et concise de messages. 12.2 Production de rapports clairs et concis.			
13. VÉRIFICATION DE L'EFFICACITÉ ET DE LA QUALITÉ DE LA COMMUNICATION ÉCRITE 13.1 Vérification judicieuse de l'efficacité et de la qualité de la communication écrite.			0 ou 5
14. Determination of needs **14.1 Precise determination of needs**			0 ou 5
15. UTILISATION DES MOYENS D'INTERVENTION 15.1 Détermination des moyens d'intervention appropriés. 15.2 Mise en œuvre adéquate des moyens d'intervention.			0 ou 5
16. VÉRIFICATION DE L'ATTEINTE DES OBJECTIFS 16.1 Communication appropriée de l'information pertinente. 16.2 Vérification objective de l'atteinte des objectifs.			0 ou 5
17. ÉTABLISSEMENT D'UN BILAN DE COMPÉTENCE 17.1 Établissement judicieuse d'un bilan de compétence			0 ou 5
18. APPLICATION DES TECHNIQUES D'ENCADREMENT 18.1 Identification des aspects favorables à la conduite de réunions. 18.2 Application judicieuse des techniques d'encadrement			0 ou 5
19. Writing of report **19.1 Judicious writing of report**			0 ou 5
		TOTAL:	/100
Seuil de réussite: 70%			

TABLEAU DE SPÉCIFICATIONS			
METIER :	Marketeur Digital	**Code :**	**OPPD04**
N° et énoncé de la compétence	**4. Utiliser les outils de production et de présentation des documents**	**Durée d'apprentissage**	45 heures

Éléments de la compétence	Stratégie	Indicateurs	Critères d'évaluation	Points
Utiliser les logiciels de traitement de texte	Processus Produit	1. Création et mise en forme des documents textes	1.1. Ouverture, création et sauvegarde correctes d'un document	**05**
			1.2. Utilisation correcte des fonctions de mise en forme	**05**
		2. Utilisation des fonctionnalités avancées des logiciels de traitement de texte	2.1. Utilisation appropriée des styles et modèles	**05**
			2.2. Personnalisation correcte des documents par publipostage	**05**
			2.3. Insertion des objets dans un document texte	**05**
Utiliser les fonctionnalités de base des logiciels de tableur	Processus Produit	3. Création des feuilles de calcul	3.1. Création et manipulation correctes des feuilles de calcul	**05**
		4. Utilisation des formules et fonctions élémentaires dans un tableur	4.1. Utilisation appropriée de formules et de fonctions simples	**10**
			4.2. Présentation correcte des feuilles de calcul	**05**
Créer des présentations visuelles attractives à l'aide de logiciels de présentation	Processus Produit	5. Structuration d'une présentation	5.1. Structuration correcte de la présentation	**05**
		6. Mise en forme d'une présentation	6.1. Utilisation appropriée des éléments visuels	**05**
			6.2. Choix judicieux de la mise en forme et du design	**05**

Utiliser les fonctionnalités de messagerie électronique pour la communication professionnelle**05**	Processus Produit	7. Utilisation de l'interface de la messagerie électronique	7.1. Manipulation correcte de l'interface de la messagerie	**05**
			7.2. Utilisation appropriée des fonctionnalités avancées de la messagerie électronique	**05**
		8. Composition des messages professionnels	8.1. Composition claire de messages professionnels	**10**
Organiser les fichiers et les documents numériques	Processus Produit	9. Manipulation des fichiers et documents numériques	9.1. Structuration efficace des dossiers et des fichiers	**05**
			9.2. Gestion efficace de la version des documents	**10**
		10. Utilisation des outils de manipulation de fichiers	10.1. Utilisation appropriée des outils de gestion de fichiers	**05**

DESCRIPTION DE L'ÉPREUVE		Code : OPPD04
METIER :	Marketeur Digital	
N° et énoncé de la compétence	**4. Utiliser les outils de production et de présentation des documents**	**Durée : 3h**

Renseignements généraux

L'épreuve a pour but d'évaluer la compétence relative à **« Utiliser les outils de production et de présentation des documents ».**

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

L'évaluation portera sur les éléments de compétence suivants :

- Utiliser les logiciels de traitement de texte ;
- Utiliser les fonctionnalités de base des logiciels de tableur ;
- Créer des présentations visuelles attractives à l'aide de logiciels de présentation ;
- Utiliser les fonctionnalités de messagerie électronique pour la communication professionnelle ;
- Organiser les fichiers et les documents numériques.

L'évaluation de type pratique pourrait être administrée à un groupe restreint d'apprenants en raison de la disponibilité du matériel et de la capacité du formateur à observer plusieurs personnes à la fois. L'évaluation des connaissances théoriques pourrait être réalisée avec l'ensemble des participants. L'environnement de réalisation de l'épreuve de type pratique devrait s'inspirer le plus possible d'une situation en milieu de travail.

L'épreuve pourrait être d'une durée d'environ 3 heures, ce qui inclut la portion pratique (2 heures) combinée à celle de l'évaluation des connaissances théoriques (1 heure).

Déroulement de l'épreuve

Par l'entremise d'une épreuve de connaissances théoriques, on pourrait à travers les Questions à Choix Multiples (QCM), évaluer l'apprenant sur la compréhension des concepts fondamentaux des logiciels de traitement de texte, de présentation et de messagerie électronique. A travers les questions ouvertes ou à développement pour évaluer la connaissance et la compréhension des fonctionnalités avancées des logiciels, telles que les styles de texte, les animations de diapositives, les règles de gestion des documents, des e-mails, etc., et les questions sur les normes de présentation professionnelles, telles que la structuration (organisation) des documents, les conventions de formatage, l'utilisation des couleurs et des images, etc.

On pourrait également demander à l'apprenant, dans le cadre d'une évaluation pratique, d'effectuer quelques manipulations des outils afin d'utiliser les logiciels de traitement de texte, de présentation et de messagerie électronique pour effectuer des opérations courantes telles que la création d'un document, la création et la manipulation des tableaux de calcul, la conception d'une présentation, la rédaction d'un e-mail professionnel, etc.

La mise en situation professionnelle (texte définissant le contexte de la campagne ou étude de cas) pourrait être utilisée à titre d'évaluation des connaissances pratiques pour l'ensemble des éléments de la compétence.

L'épreuve pourrait donc être mixte et impliquer des activités en sous-groupe pour vérifier le travail d'équipe.

Matériel *(Pour un groupe de 25 apprenants)*

- *25 postes de travail équipés de logiciel de la suite bureautique et connectés à internet*
  02 vidéoprojecteurs
- *05 imprimantes*
- *05 scanners*
- *Des clés USB*
- *Des CD vierges*
- *Blocs notes*
- *Etc.*

Consigne particulière

- L'épreuve pourrait être administrée durant le temps d'apprentissage d'une compétence subséquente (compétences (5, 6), ou d'une compétence évaluée en parallèle;
- En cas d'échec, l'épreuve devrait être reprise dans son ensemble. Si un seul élément est très faible comparativement aux autres pour lesquels les performances de l'apprenant seraient excellentes, seul cet élément pourrait être repris.

FICHE D'ÉVALUATION			Code : OPPD04
Métier	Marketeur Digital		
N° et énoncé de la compétence	**4. Utiliser les outils de production et de présentation des documents**		
Nom de l'apprenant: Établissement d'enseignement: Date de l'évaluation: Signature du formateur:			**Résultat** **SUCCÈS** ☐ **ÉCHEC** ☐
ÉLÉMENTS D'OBSERVATION	**OUI**	**NON**	**RÉSULTATS**
1. Création et mise en forme des documents textes			
1.1. Ouverture, création et sauvegarde correctes d'un document			0 ou 05
1.2. Utilisation correcte des fonctions de mise en forme			0 ou 05
2. Utilisation des fonctionnalités avancées de logiciels de traitements de texte			
2.1. Utilisation appropriée des styles et modèles			0 ou 05
2.2. Personnalisation correcte des documents par publipostage			0 ou 05
2.3. Insertion des objets dans un document texte			0 ou 05
3. Utilisation des fonctionnalités de base des logiciels tableur			
3.1. Création et manipulation correctes des feuilles de calcul			0 ou 05
4. Utilisation des formules et fonctions élémentaires dans un tableur			
4.1. Utilisation appropriée de formules et de fonctions simples			0 ou 10
4.2. Présentation correcte des feuilles de calcul			0 ou 05
5. Structuration de la présentation			
5.1. Structuration correcte de la présentation			0 ou 05
6. Mise en forme d'une présentation			
6.1. Utilisation appropriée des éléments visuels			0 ou 05
6.2. Choix judicieux de la mise en forme et du design			0 ou 05
7. Utilisation de l'interface de la messagerie électronique			
7.1. Utilisation appropriée des fonctionnalités avancées de la messagerie électronique			0 ou 05
7.2. Manipulation correcte de l'interface de la messagerie			0 ou 05
8. Composition des messages professionnels			
8.1. Composition claire de messages professionnels			0 ou 10

9. Organisation des fichiers et documents numériques 9.1. Structuration correcte des dossiers et des fichiers 9.2. Gestion efficace de la version des documents			 0 ou 05 0 ou 10
10. Utilisation des outils de manipulation de fichiers 10.1. Utilisation appropriée des outils de gestion de fichiers			 0 ou 05
TOTAL:			**/100**
Seuil de réussite: 70 %			

TABLEAU DE SPÉCIFICATIONS				
METIER :	**Marketeur Digital**		**Code :**	**COCO05**
N° et énoncé de la compétence	**5. Utiliser les données sur le comportement des consommateurs**		**Durée d'apprentissage**	**45h**
Éléments de la compétence	**Stratégie**	**Indicateurs**	**Critères d'évaluation**	**Points**
Interpréter le comportement du consommateur	Processus	1.Collecte des données	1.1. Collecte efficace des données comportementales	05
		2.Identification des facteurs d'influence et de décision des consommateurs	2.1. Identification précise des tendances, des modèles et des insights significatifs sur les préférences et les décisions d'achat des consommateurs	05
			2.2. Identification précise des facteurs d'influence du comportement des consommateurs	10
		3.Utilisation des outils d'analyse des données comportementales	3.1. Utilisation appropriée d'outils d'analyse des données comportementales	05
Segmenter le marché en entités homogènes	Processus	4.Identification des segments du marché	4.1. Identification précise des critères de segmentation	05
			4.2. Différenciation correcte du marché	10
		5.Identification des groupes de consommateurs de caractéristiques identiques	5.1. Identification précise des groupes de consommateurs de caractéristiques identiques	10

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

DESCRIPTION DE L'ÉPREUVE	Code : COCO05
N° et énoncé de la compétence	**5. Utiliser les données sur le comportement des consommateurs**

Renseignements généraux

L'épreuve a pour but d'évaluer l'engagement de l'apprenant dans une démarche qui vise à assurer l'acquisition de la compétence relative à « **Utiliser les données sur le comportement des consommateurs** ».

L'évaluation portera sur les éléments de compétence suivants :

- Analyser le comportement du consommateur pour comprendre ses préférences et ses décisions d'achat.
- Segmenter le marché en segments homogènes
- Appliquer des principes de persuasion afin d'influencer favorablement les attitudes et les comportements des consommateurs
- Adapter la communication

L'épreuve pourrait être d'une durée d'environ 3 heures, ce qui inclut la portion pratique (mise en situation professionnelle) (2 heures) combinée à celle de l'évaluation des connaissances théoriques (QCM et étude de cas) (1 heure).

L'évaluation de type pratique pourrait être administrée à un groupe restreint d'apprenants (vague de 5 apprenants) en raison de la disponibilité du matériel et de la capacité du formateur à observer plusieurs personnes à la fois. L'évaluation des connaissances théoriques pourrait être réalisée avec l'ensemble des participants. L'environnement de réalisation de l'épreuve de type pratique devrait s'inspirer le plus possible d'une situation en milieu de travail.

Déroulement de l'épreuve

Il s'agit d'une épreuve d'évaluation qui prend en considération l'évaluation des connaissances théoriques et pratiques et elle pourrait être administrée individuellement à l'écrit.

Cette épreuve vise à évaluer la capacité des apprenants à collecter, interpréter les données sur le comportement des consommateurs afin de prendre des décisions marketing stratégiques.

Par l'entremise d'une épreuve de connaissances théoriques, on pourrait à travers les Questions à Choix Multiples (QCM), à travers des questions ouvertes ou de développement évaluer les connaissances de base sur les concepts et les théories liés au comportement des consommateurs, tels que les modèles d'adoption des technologies, les processus de prise de décision, les facteurs influençant le comportement d'achat, etc.

Contenu de l'épreuve

L'épreuve comprendra une combinaison de tâches théoriques et pratiques pour évaluer les connaissances, les compétences techniques et les capacités d'interprétation des apprenants.

A travers les études de cas théoriques impliquant des situations réelles de comportement des consommateurs. Les apprenants devront identifier les principaux facteurs influençant le comportement des consommateurs dans chaque cas et proposer des recommandations stratégiques basées sur leur analyse.

Dans le cadre d'une évaluation pratique (mise en situation professionnelle et étude des cas) :

DESCRIPTION DE L'ÉPREUVE	Code : COCO05
N° et énoncé de la compétence	**5. Utiliser les données sur le comportement des consommateurs**

- Les apprenants seront fournis avec un ensemble de données réelles sur le comportement des consommateurs, tels que les historiques d'achat, les données de navigation web, les interactions sur les réseaux sociaux, etc.
- Ils devront utiliser des outils d'analyse de données appropriés pour explorer, nettoyer et analyser les données afin d'identifier des tendances, des modèles et des insights significatifs sur le comportement des consommateurs, adapter la communication.
- Sur la base de leur analyse des données, les apprenants devront rédiger un rapport d'analyse détaillé présentant leurs résultats, leurs conclusions et leurs recommandations.
- Le rapport devra inclure des visualisations de données pertinentes, telles que des graphiques, des tableaux et des diagrammes, pour illustrer les insights identifiés.

L'évaluation des connaissances théoriques pourrait être réalisée avec l'ensemble des apprenants et l'évaluation des connaissances pratiques pourrait être administrée par groupes en fonction du nombre de postes informatiques disponibles pour les outils logiciels de collecte de données par ordinateur.

Liens avec les autres compétences

Cette compétence est en relation avec les compétences 6 et toutes les compétences particulières du Référentiel de Formation.

Matériel *(Pour un groupe de 25 apprenants)*

Pour la composition de l'épreuve, le matériel requis par apprenant est composé :

- 25 Ordinateurs avec accès à Internet
- 05 imprimantes
- Données comportementales
- Outils d'analyse de données
- Guides méthodologiques sur l'interprétation des données comportementales
- Accès aux ressources en ligne

Consigne particulière

- L'épreuve pourrait être administrée après le temps d'apprentissage de la compétence 6.
- En cas d'échec, l'épreuve pourrait être reprise dans son ensemble. Si un seul élément est très faible comparativement aux autres pour lesquels les performances de l'apprenant seraient excellentes, seul cet élément pourrait être repris.

FICHE D'ÉVALUATION			Code : COCO05
N° et énoncé de la compétence :	**5. Utiliser les données sur le comportement des consommateurs**		**Durée : 3h**
Nom de l'apprenant :		**Résultat**	
Établissement d'enseignement :		**SUCCÈS**	**ÉCHEC**
Date de l'évaluation :			
Signature du formateur :			

ÉLÉMENTS D'OBSERVATION	OUI	NON	RÉSULTATS
1. Collecte des données 1.1 Collecte efficace des données comportementales			0 ou 05
2. Identification des facteurs d'influence et de décision des consommateurs 2.1 Identification précise des tendances, des modèles et des insights significatifs sur les préférences et les décisions d'achat des consommateurs 2.2 Identification précise des facteurs d'influence du comportement des consommateurs			0 ou 05 0 ou 10
3. Utilisation des outils d'analyse des 3.1 Utilisation appropriée d'outils d'analyse des données comportementales			0 ou 05
4. Identification des segments de marché 4.1 Identification précise des critères de segmentation 4.2 Différenciation correcte du marché			0 ou 05 0 ou 10
5. Identification des groupes de consommateurs de caractéristiques identiques 5.1 Identification précise des groupes de consommateurs de caractéristiques identiques			0 ou 10
6. Interprétation des principes d'influence des attitudes et des comportements des consommateurs 6.1 Interprétation correcte des principes d'influence des attitudes et des comportements des consommateurs			0 ou 10
7. Choix des techniques de persuasion 7.1 Choix judicieux des techniques de persuasion			0 ou 10
8. Consignation claire des résultats de la persuasion des consommateurs sur les attitudes et les comportements des consommateurs 8.1 Consignation claire des résultats de la persuasion des consommateurs sur les attitudes et les comportements des consommateurs			0 ou 05

9. Détermination des caractéristiques comportementales du public cible 9.1 Détermination correcte des caractéristiques comportementales du public cible			0 ou 15
10. Sélection des canaux de communication appropriés du contenu de message et du ton 10.1 Sélection judicieuse des canaux de communication appropriés du contenu de message et du ton			0 ou 10
TOTAL :			**/100**
Seuil de réussite : 70%			
Remarque :			

TABLEAU DE SPÉCIFICATIONS				
METIER	**Marketeur Digital**		**Code**	**SPPS06**
N° et énoncé de la compétence	**6. Utiliser les techniques de promotion des produits et services**		**Durée d'apprentissage**	**60h**
Éléments de la compétence	**Stratégie**	**Indicateurs**	**Critères d'évaluation**	**Points**
Analyser le marché et la concurrence	Processus	1. Description des caractéristiques clés du marché	1.1. Identification précise du marché cible et des acteurs clés	05
			1.2. Identification précise des tendances du marché	05
		2. Description des caractéristiques de la concurrence	2.1. Identification précise des forces et faiblesses en présence sur le marché	05
			2.2. Comparaison correcte des offres des concurrents avec ceux de l'entreprise	05
Définir la stratégie marketing	Produit	3. Interprétation des besoins et attentes de l'entreprise	3.1. Interprétation correcte des besoins et attentes de l'entreprise	05
		4. Définition d'un positionnement unique pour les produits ou services de l'entreprise	4.1. Définition claire d'un positionnement unique pour les produits ou services de l'entreprise	10
		5. Choix des canaux appropriés de marketing	5.1. Choix judicieux des canaux appropriés de marketing	05
Mettre en œuvre les actions de marketing	Processus	6. Utilisation des techniques de promotion des produits et services	6.1. Sélection judicieuse des techniques de promotion appropriées en fonction des objectifs de l'entreprise	10
			6.2. Application correcte des techniques de promotion	05

		7. Exécution des campagnes de promotion	7.1. Exécution correcte des campagnes de promotion	05
Mesurer et analyser les performances des actions de marketing	Processus	8. Utilisation des outils de mesure de performance des actions de marketing	8.1. Utilisation correcte des outils de mesure de performance des actions de marketing	05
		9. Interprétation des résultats des actions de marketing	9.1. Interprétation correcte des données recueillies	05
			9.2. Formulation claire des recommandations	05
Mettre en œuvre des stratégies de fidélisation et d'engagement client	Processus	10. Utilisation des stratégies de fidélisation des clients	10.1. Interprétation correcte des besoins et attentes des clients	05
			10.2. Application correcte des principes de base de la fidélisation client	05
		11. Utilisation des stratégies d'engagement des clients	11.1. Application correcte des principes de base d'engagement client durable	05
			11.2. Utilisation appropriée des outils de gestion de la relation client (CRM)	05
			11.3. Respect strict des règles de la relation client et de la protection des données	05

DESCRIPTION DE L'ÉPREUVE	Code : SPPS06
N° et énoncé de la compétence	**6. Utiliser les techniques de promotion des produits et services**

Renseignements généraux

L'épreuve a pour but d'évaluer l'engagement de l'apprenant dans une démarche qui vise à assurer l'acquisition de la compétence relative à « **Utiliser les techniques de promotion des produits et services** ».

Il s'agit d'une épreuve d'évaluation qui prend en considération l'évaluation des connaissances théoriques et elle pourrait être administrée individuellement à l'écrit.

L'évaluation des connaissances théoriques et pratique pourrait être réalisée avec l'ensemble des apprenants.

L'évaluation portera sur les aspects suivants :

- Décrire le marché et la concurrence
- Définir et mettre en œuvre les stratégies de marketing
- Mesurer et analyser les performances des actions de marketing
- Utiliser les techniques de fidélisation des clients

La durée de l'épreuve pourrait être d'environ 04 heures (01 heure 30 minutes d'évaluation théorique et 02 heures 30 minutes d'évaluation pratique), pour l'évaluation des connaissances théoriques et pratiques en fonction des différents éléments de compétence.

Liens avec les autres compétences

Cette compétence est en relation avec les compétences générales 4 et 5 et toutes les compétences particulières du Référentiel de Formation.

Contenu de l'épreuve

Cette épreuve comporte trois à cinq exercices de connaissances théoriques qui s'appuient sur des situations authentiques du métier d'ouvrier qualifié en Marketing Digital et couvrent l'ensemble des aspects cités plus haut.

A partir d'une mise en situation, l'apprenant pourrait être amené à proposer des solutions concrètes en utilisant des techniques de marketing appropriées. L'épreuve peut inclure des études de cas, des simulations ou des exercices pratiques.

Matériel *(Pour un groupe de 25 apprenants)*

Pour la composition de l'épreuve, le matériel requis par apprenant est composé :

- 25 ordinateurs
- Connexion internet haut débit et stable
- Outils de promotion en ligne
- Outils d'automatisation du marketing
- Documents de référence dans le domaine du marketing
- Stylo à bille, crayons de dessin ;
- Bloc note etc..

Consigne particulière

- L'épreuve pourrait être administrée après la compétence relative à l'utilisation des outils de production des documents.
- En cas d'échec, l'épreuve pourrait être reprise dans son ensemble. Si un seul élément est très faible comparativement aux autres pour lesquels les performances de l'apprenant seraient excellentes, seul cet élément pourrait être repris.
- Les résultats seront arrondis à 10^{-3} près, sauf indication contraire du formateur.

FICHE D'ÉVALUATION			Code : SPPS06
N° et énoncé de la compétence	**6. Utiliser les techniques de promotion des produits et services**		**Durée : 3h**
Nom de l'apprenant :		**Résultat**	
Établissement d'enseignement :		**SUCCÈS**	**ÉCHEC**
Date de l'évaluation :			
Signature du formateur :			

ÉLÉMENTS D'OBSERVATION	OUI	NON	RÉSULTATS
1. Description des caractéristiques clés du marché 1.1. Identification précise du marché cible et des acteurs clés 1.2. Identification précise des tendances du marché			0 ou 05 0 ou 05
2. Description des caractéristiques de la concurrence 2.1. Identification précise des forces et faiblesses en présence sur le marché 2.2. Comparaison correcte des offres des concurrents avec ceux de l'entreprise			0 ou 05 0 ou 05
3. Interprétation des besoins et attentes de l'entreprise 3.1. Interprétation correcte des besoins et attentes de l'entreprise			0 ou 05
4. Définition d'un positionnement unique pour les produits ou services de l'entreprise 4.1. Définition claire d'un positionnement unique pour les produits ou services de l'entreprise			0 ou 10
5. Choix des canaux appropriés de marketing 5.1. Choix judicieux des canaux appropriés de marketing			0 ou 05
6. Utilisation des techniques de promotion des produits et services 6.1. Sélection judicieuse des techniques de promotion appropriées en fonction des objectifs de l'entreprise 6.2. Application correcte des techniques de promotion			0 ou 10 0 ou 05
7. Exécution des campagnes de promotion 7.1. Exécution correcte des campagnes de promotion			0 ou 05

8. Utilisation des outils de mesure de performance des actions de marketing 8.1. Utilisation correcte des outils de mesure de performance des actions de marketing			0 ou 05
9. Interprétation des résultats des actions de marketing 9.1. Interprétation correcte des données recueillies 9.2. Formulation claire des recommandations			0 ou 05 0 ou 05
10. Utilisation des stratégies de fidélisation des clients 10.1. Interprétation correcte des besoins et attentes des clients 10.2. Application correcte des principes de base de la fidélisation client			0 ou 05 0 ou 05
11. Utilisation des stratégies d'engagement des clients Application correcte des principes de base d'engagement client durable 11.1. Application correcte des principes de base d'engagement client durable 11.2. Utilisation appropriée des outils de gestion de la relation client (CRM) 11.3. Respect strict des règles de la relation client et de la protection des données			0 ou 05 0 ou 05 0 ou 05
		TOTAL :	**/100**
Seuil de réussite : 70%			
Remarque :			

TABLEAU DE SPÉCIFICATIONS				
METIER :	**Marketeur Digital**		**Code :**	**PAMD07**
N° et énoncé de la compétence	**7. Préparer les actions de marketing digital**		**Durée d'apprentissage**	**60h**
Éléments de la compétence	**Stratégie**	**Indicateurs**	**Critères d'évaluation**	**Points**
Analyser le marché et la concurrence pour une campagne de marketing digital	Processus et produit	1. Recueil des besoins et attentes des consommateurs	1.1. Recueil précis des besoins et attentes des consommateurs dans chaque segment de marché	10
		2. Interprétation des paramètres du marché	2.1. Détermination précise des concurrents directs et indirects sur le marché	05
			2.2. Identification précise des opportunités et des menaces potentielles sur le marché	10
Définir les objectifs et les indicateurs de performance	Processus	3. Choix des indicateurs de performance	3.1. Choix judicieux des indicateurs de performance	05
		4. Interprétation des aspects du marketing digital	4.1. Interprétation correcte des aspects du marketing digital	10
		5. Sélection des outils de suivi des performances	5.1. Sélection judicieuse des outils de suivi des performances	10
Identifier les personas et cibler les audiences.	Processus	6.Création des profils	6.1. Création correcte de profils de personas et de segments de marché	10
		7.Segmentation des audiences	7.1. Segmentation correcte des audiences en groupes distincts	10
Sélectionner les canaux de marketing digital appropriés	Processus	8.Identification et choix des canaux de marketing digital	8.1. Identification précise des différents canaux de marketing digital	05

		9.Choix des canaux de marketing digital	9.1. Choix judicieux des canaux de marketing digital	05
Élaborer un plan d'action et un calendrier	Processus et produit	10. Détermination des actions de campagne de marketing digital à mettre en œuvre	10.1. Identification correcte des actions de campagne de marketing digital à mettre en œuvre	10
		11. Établissement d'un calendrier	11.1. Établissement judicieux d'un calendrier réaliste par action	10

DESCRIPTION DE L'ÉPREUVE	Code : PAMD07
N° et énoncé de la compétence	**7. Préparer les actions de marketing digital**

Renseignements généraux

L'épreuve a pour but d'évaluer l'engagement de l'apprenant dans une démarche qui vise à assurer l'acquisition de la compétence relative à « **Planification des actions de marketing digital** ».

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

L'évaluation portera sur les éléments de compétence suivants :

- Analyser le marché et la concurrence par une étude approfondie du marché cible
- Définir les objectifs et les indicateurs de performance (augmentation du trafic, la génération de leads, la conversion des ventes, le taux de rétention, etc.)
- Identifier les personas et cibler les audiences
- Sélectionner et utiliser les canaux de marketing appropriés
- Élaborer un plan d'action et un calendrier

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

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

La durée cumulée de l'ensemble des épreuves pourrait être d'environ 4 heures (02 heures d'évaluation théorique te 02 heures d'évaluation pratique), et inclure la portion pratique combinée à celle de l'évaluation des connaissances théoriques pour les différents éléments de compétence.

Liens avec les autres compétences

Cette compétence est en relation avec les compétences générales 2, 3, 4, 5, 6 et toutes les compétences particulières du Référentiel de Formation.

Contenu de l'épreuve

Cette épreuve comporte trois à cinq exercices de connaissances théoriques et pratiques qui s'appuient sur des situations authentiques du métier de Marketeur Digital et couvrent l'ensemble des aspects cités plus haut.

A partir d'une mise en situation, l'apprenant pourrait être amené à résoudre des problèmes de choix de solutions marketing liées à la promotion des produits et services en lignes.

Matériel *(Pour un groupe de 25 apprenants)*

- *25 ordinateurs*
- *Connexion Internet haut débit*
- *Logiciels de la suite bureautique*
  02 vidéoprojecteurs
- *05 imprimantes*
- *Documents de référence et guides de bonnes pratiques*
- *Accès aux plateformes de médias sociaux et outils de gestion*
- *Outils d'analyse et de recherche :*

- *Outils de planification et de gestion de projet* - *Bloc-notes*
Consigne particulière • L'épreuve pourrait être administrée durant le temps d'apprentissage d'une compétence subséquente (compétences 9 et 10), ou d'une compétence évaluée en parallèle; • En cas d'échec, l'épreuve devrait être reprise dans son ensemble. Si un seul élément est très faible comparativement aux autres pour lesquels les performances de l'apprenant seraient excellentes, seul cet élément pourrait être repris.

FICHE D'ÉVALUATION			Code : PAMD07
N° et énoncé de la compétence	**7. Préparer les actions de marketing digital**		**Durée : 4h**
Nom de l'apprenant :		**Résultat**	
Établissement d'enseignement :		**SUCCÈS**	**ÉCHEC**
Date de l'évaluation :			
Signature du formateur :			

ÉLÉMENTS D'OBSERVATION	OUI	NON	RÉSULTATS
1. Recueil des besoins et attentes des consommateurs dans chaque segment de marché 1.1. Recueil précis des besoins et attentes des consommateurs dans chaque segment de marché			0 ou 10
2. Interprétation des paramètres du marché 2.1. Détermination précise des concurrents directs et indirects sur le marché 2.2. Identification précise des opportunités et des menaces potentielles sur le marché			0 ou 5 0 ou 10
3. Choix des indicateurs de performance 3.1. Choix judicieux des indicateurs de performance			0 ou 5
4. Interprétation des aspects du marketing digital 4.1. Interprétation correcte des aspects du marketing digital			0 ou 10
5. Sélection des outils de suivi des performances 5.1. Sélection judicieuse des outils de suivi des performances			0 ou 10
6. Création des profils 6.1. Création correcte de profils de personas et de segments de marché			0 ou 10
7. Segmentation correcte des audiences 7.1. Segmentation correcte des audiences en groupes distincts			0 ou 10
8. Identification et choix des canaux de marketing digital 8.1. Identification précise des différents canaux de marketing digital			0 ou 5
9. Choix des canaux de marketing digital 9.1. Choix judicieux des canaux de marketing digital			0 ou 5
10. Détermination des actions de la campagne 10.1. Détermination correcte des actions et des étapes pour atteindre les objectifs de la campagne de marketing digital			0 ou 10
11. Établissement d'un calendrier			0 ou 10

11.1. Établissement judicieux d'un calendrier réaliste par action			
		TOTAL :	**/100**
Seuil de réussite : 70% et obligation de satisfaire aux exigences des critères 1.1,4.1,8.2,8.3 et 10.1			

TABLEAU DE SPÉCIFICATIONS				
METIER	**Marketeur Digital**		**Code :**	**CCON08**
N° et énoncé de la compétence	**8. Créer du contenu numérique**		**Durée d'apprentissage**	**90h**
Éléments de la compétence	**Stratégie**	**Indicateurs**	**Critères d'évaluation**	**Points**
Élaborer une stratégie de contenu	Produit Processus	1. Identification des besoins et les attentes des personas en matière de contenu	1.1. Identification correcte des besoins et les attentes de persona en matière de contenu	10
		2. Détermination des types de contenu appropriés	2.1. Détermination correcte des types de contenu appropriés	10
Rédiger du contenu persuasif pour différents types de supports numériques	Produit Processus	3. Manipulation des outils et techniques de rédaction des contenus	3.1. Utilisation appropriée du ton et du style d'écriture	05
			3.2. Utilisation appropriée des techniques de persuasion	10
		4. Rédaction du contenu pour le public cible	4.1. Rédaction clair et concise du contenu pour le public cible	10
Concevoir des visuels attrayants	Produit Processus	5. Choix des outils et des logiciels adaptés à la création	5.1. Choix judicieux des outils et les logiciels adaptés à la création de visuels numériques	10
		6. Application des principes du design graphique	6.1. Application correcte des principes de base du design graphique	10
			6.2. Utilisation appropriée des visuels	10
Produire du contenu vidéo captivante	Produit Processus	7. Utilisation des techniques de production vidéo	7.1. Utilisation appropriée des techniques de production vidéo	10
		8. Rédaction de scénario et de storyboard	8.1. Rédaction correcte de scénario et du storyboard	05

		9. Calibrage du style et du ton de la vidéo à la cible visée	9.1. Calibrage correct du style et du ton de la vidéo à la cible visée	10

DESCRIPTION DE L'ÉPREUVE	Code : CCON08
N° et énoncé de la compétence	**8. Créer du contenu numérique**

Renseignements généraux

L'épreuve a pour but d'évaluer l'engagement de l'apprenant dans une démarche qui vise à assurer l'acquisition de la compétence relative à « **Création de contenu numérique** ».

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

L'évaluation portera sur les éléments de compétence suivants :

- Élaborer une stratégie de contenu en identifiant les personas et les besoins du public cible
- Rédiger du contenu persuasif pour différents types de supports numériques (sites web, les blogs, les newsletters, les annonces publicitaires, les médias sociaux, etc.)
- Concevoir des visuels attrayants (graphiques, images, infographies et des visuels)
- Produire du contenu vidéo captivante (vidéos promotionnelles, tutoriels, interviews, webinaires, etc.)

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

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

La durée cumulée de l'ensemble des épreuves pourrait être d'environ 4 heures (01 heures 30 minutes pour l'évaluation théorique et 02 heures 30 minutes d'évaluation pratique) et inclure la portion pratique combinée à celle de l'évaluation des connaissances théoriques pour les différents éléments de compétence.

Liens avec les autres compétences

Cette compétence est en relation avec les compétences générales 4, 5, 6 et toutes les compétences particulières du Référentiel de Formation.

Contenu de l'épreuve

Cette épreuve comporte trois à cinq exercices de connaissances théoriques et pratiques qui s'appuient sur des situations authentiques du métier de Marketeur Digital et couvrent l'ensemble des aspects cités plus haut.

A partir d'une mise en situation, l'apprenant pourrait être amené à résoudre des problèmes de choix de solutions marketing liées à la promotion des produits et services en lignes.

Matériel *(Pour un groupe de 25 apprenants)*

- *25 postes de travail équipés*
- *Logiciels de la suite bureautique*
- *Connexion internet haut débit*
- *Outils de capture d'écran et d'enregistrement vidéo*
- *Outils de capture d'écran et d'enregistrement vidéo*
- *Logiciels de création de contenu*
- *Outils de retouche d'images*
- *Outils de capture d'écran et d'enregistrement vidéo*
- *Blocs notes*

Consigne particulière

- L'épreuve pourrait être administrée durant le temps d'apprentissage d'une compétence subséquente (compétence 10), ou d'une compétence évaluée en parallèle ;
- En cas d'échec, l'épreuve devrait être reprise dans son ensemble. Si un seul élément est très faible comparativement aux autres pour lesquels les performances de l'apprenant seraient excellentes, seul cet élément pourrait être repris.

FICHE D'ÉVALUATION			Code : CCON08
N° et énoncé de la compétence	**8. Créer du contenu numérique**		**Durée : 6h**
Nom de l'apprenant :		**Résultat**	
Établissement d'enseignement :		**SUCCÈS**	**ÉCHEC**
Date de l'évaluation :			
Signature du formateur :			

ÉLÉMENTS D'OBSERVATION	**OUI**	**NON**	**RÉSULTATS**
1. Identification des besoins et les attentes de persona en matière de contenu 1.1. Identification correcte des besoins et les attentes des personas en matière de contenu			0 ou 10
2. Détermination des types de contenu appropriés 2.1. Détermination correcte des types de contenu approprié			0 ou 10
3. Manipulation des outils et techniques de rédaction des contenus 3.1. Utilisation appropriée du ton et du style d'écriture 3.2. Utilisation appropriée des techniques de persuasion			0 ou 05 0 ou 10
4. Rédaction du contenu pour le public cible 4.1. Rédaction clair et concise du contenu pour le public cible			0 ou 10
5. Choix des outils et des logiciels adaptés à la création 5.1. Choix judicieux des outils et les logiciels adaptés à la création de visuels numériques			0 ou 10
6. Application des principes du design graphique 6.1. Application correcte des principes de base du design graphique 6.2. Utilisation appropriée des visuels			0 ou 10 0 ou 10
7. Utilisation des techniques de production vidéo 7.1. Utilisation appropriée des techniques de production vidéo			0 ou 05
8. Rédaction de scénario et de storyboard 8.1. Rédaction correcte de scénario et du storyboard			0 ou 10
9. Calibrage du style et du ton de la vidéo à la cible visée 9.1. Calibrage correct du style et du ton de la vidéo à la cible visée			0 ou 10

TOTAL :	**/100**
Seuil de réussite : 70% et obligation de satisfaire aux exigences des critères 1.1,2.3,4.1 et 5.1	

TABLEAU DE SPÉCIFICATIONS				
METIER	**Marketeur Digital**		**Code :**	**MESO09**
N° et énoncé de la compétence	**9. Contrôler les médias sociaux et la présence en ligne**		**Durée d'apprentissage**	**75h**
Éléments de la compétence	**Stratégie**	**Indicateurs**	**Critères d'évaluation**	**Points**
Développer une stratégie de médias sociaux	Produit	1. Choix des plateformes de médias sociaux	1.1. Choix judicieux des plateformes de médias sociaux	05
		2. Définition d'une stratégie de publication	2.1. Définition correcte d'un plan de contenu	05
			2.2. Identification précise des types de contenu à publier	05
			2.3. Détermination correcte de la fréquence de publication sur les médias sociaux	05
Publier du contenu	Produit	3. Utilisation des plateformes et outils	3.1. Utilisation appropriée des plateformes et outils	15
			3.2. Utilisation appropriée de contenu pertinent original et engageant pour le public cible	05
			3.3. Utilisation appropriée des outils de mesure de l'engagement	10
		4. Respect du calendrier de publication	4.1. Respect strict du calendrier de publication	05
		5. Ajustement des publications en fonction des retours des utilisateurs	5.1. Ajustement correcte des publications en fonction des retours des utilisateurs	05
Animer les interactions avec les utilisateurs	Processus	6. Interaction avec les utilisateurs sur les médias sociaux	6.1. Réaction rapide et courtoise aux commentaires, questions et messages des utilisateurs sur les plateformes de médias sociaux.	05

			6.2. Interaction positive avec les utilisateurs sur les médias sociaux	05
		7. Réaction en cas de crise sur les plateformes des médias sociaux	7.1. Réaction appropriée en cas de crise sur les plateformes des médias sociaux	05
Surveiller la réputation sur les médiaux sociaux	Processus	8. Identification des mentions et des menaces en ligne	8.1. Collecte correcte des différentes mentions en ligne	10
			8.2. Identification précise des menaces pour la réputation en ligne	05
		9. Mise en œuvre des actions d'amélioration de la réputation en ligne	9.1. Mise en œuvre correcte des actions d'amélioration de la réputation en ligne	10

DESCRIPTION DE L'ÉPREUVE		Code : MESO09
N° et énoncé de la compétence	**9. Contrôler les médias sociaux et la présence en ligne**	

Renseignements généraux

L'épreuve a pour but d'évaluer l'engagement de l'apprenant dans une démarche qui vise à assurer l'acquisition de la compétence relative à **« Contrôler les médias sociaux et la présence en ligne** ».

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

L'évaluation portera sur les éléments de compétence suivants :

L'évaluation de type pratique pourrait être administrée individuellement.

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

L'évaluation portera sur les éléments de compétence suivants :

- Développer une stratégie de médias sociaux
- Publier les contenus sur les plateformes de médias sociaux
- Interagir avec les utilisateurs sur les plateformes de médias sociaux
- Analyser les performances des médias sociaux
- Gérer la réputation en ligne

La durée cumulée de l'ensemble des épreuves pourrait être d'environ 05 heures (01 heure d'évaluation théorique et 04 heures d'évaluation pratique), et inclure la portion pratique combinée à celle de l'évaluation des connaissances théoriques pour les différents éléments de compétence.

Liens avec les autres compétences

Cette compétence est en relation avec les compétences générales 4 et 5 et toutes les compétences particulières du Référentiel de Formation.

Contenu de l'épreuve

Cette épreuve comporte trois à cinq exercices de connaissances théoriques qui s'appuient sur des situations authentiques du métier d'ouvrier qualifié en Marketing Digital et couvrent l'ensemble des aspects cités plus haut.

A partir d'une mise en situation, l'apprenant pourrait être amené à proposer des solutions concrètes en utilisant des techniques de marketing appropriées. L'épreuve peut inclure des études de cas, des simulations ou des exercices pratiques.

Matériel *(Pour un groupe de 25 apprenants)*

Pour la composition de l'épreuve, le matériel requis par apprenant est composé :

- *25 postes de travail connectés à internet haut débit et stable*
- *02 vidéoprojecteurs*
- *02 imprimantes*
- *Outils de gestion des médias sociaux*

- *Outils de surveillance en ligne*
- *Outils d'analyse des performances*
- *Documents de référence sur les bonnes pratiques en gestion des médias sociaux et gestion des crises*
- *Blocs notes*

Consigne particulière

- L'épreuve pourrait être administrée après la compétence relative aux médias sociaux.
- En cas d'échec, l'épreuve pourrait être reprise dans son ensemble. Si un seul élément est très faible comparativement aux autres pour lesquels les performances de l'apprenant seraient excellentes, seul cet élément pourrait être repris.
- Les résultats seront arrondis à 10^{-3} près, sauf indication contraire du formateur.

FICHE D'ÉVALUATION			Code : MESO09
N° et énoncé de la compétence	**9. Contrôler les médias sociaux et la présence en ligne**		**Durée : 3h**
Nom de l'apprenant :		**Résultat**	
Établissement d'enseignement :		**SUCCÈS**	**ÉCHEC**
Date de l'évaluation :			
Signature du formateur :			

ÉLÉMENTS D'OBSERVATION	**OUI**	**NON**	**RÉSULTATS**
1. Choix des plateformes de médias sociaux 1.1. Choix judicieux des plateformes de médias sociaux			0 ou 05
2. Définition d'une stratégie de publication 2.1. Définition correcte d'un plan de contenu 2.2. Identification précise des types de contenu à publier 2.3. Détermination correcte de la fréquence de publication sur les médias sociaux			0 ou 05 0 ou 05 0 ou 05
3. Utilisation des plateformes et outils 3.1. Utilisation appropriée des plateformes et outils 3.2. Utilisation appropriée de contenu pertinent original et engageant pour le public cible 3.3. Utilisation appropriée des outils de mesure de l'engagement			0 ou 15 0 ou 05 0 ou 10
4. Respect du calendrier 4.1. Respect strict du calendrier de publication			0 ou 05
5. Adaptation des publications en fonction des retours des utilisateurs 5.1. Adaptation correcte des publications en fonction des retours des utilisateurs			0 ou 05
6. Interaction avec les utilisateurs sur les médias sociaux 6.1. Réaction rapide et courtoise aux commentaires, questions et messages des utilisateurs sur les plateformes de médias sociaux 6.2. Interaction positive avec les utilisateurs sur les médias sociaux			0 ou 05 0 ou 05
7. Gestion efficace des crises sur les plateformes des médias sociaux 7.1. Gestion efficace des crises sur les plateformes des médias sociaux			0 ou 05

8. Identification des mentions et des menaces en ligne 8.1. Collecte correcte des différentes mentions en ligne 8.2. Identification précise des menaces pour la réputation en ligne			0 ou 10 0 ou 05
9. Mise en œuvre des actions d'amélioration de la réputation en ligne 9.1. Mise en œuvre correcte des actions d'amélioration de la réputation en ligne			0 ou 10
TOTAL :			**/100**
Seuil de réussite : 70%			
Règle de verdict : Le formateur devra s'assurer qu'en dehors de la maîtrise des opérations, l'apprenant adopte des attitudes respectant les règles de sécurité informatique pour lesquelles il aura été évalué à la compétence 3.			

TABLEAU DE SPÉCIFICATIONS				
METIER	**Marketeur Digital**		**Code :**	**REMR10**
N° et énoncé de la compétence	**10. Référencer les moteurs de recherche et les sites web**		**Durée d'apprentissage**	**75h**
Éléments de la compétence	**Stratégie**	**Indicateurs**	**Critères d'évaluation**	**Points**
Effectuer une analyse de mots clés	Produit Processus	1. Utilisation des outils d'analyse de mots clés	1.1. Utilisation appropriée des outils d'analyse	05
		2. Identification des mots clés pertinents	2.1. Identification précise des mots clés pertinents de mots clés	05
		3. Détermination du volume de recherche et de la concurrence pour chaque mot clé	3.1. Détermination correcte du volume de recherche et la concurrence pour chaque mot clé	10
Optimiser la structure et le contenu du site web pour améliorer son référencement	Produit Processus	4. Identification des éléments clés de la structure d'un site web optimisé	4.1. Identification précise des éléments clés de la structure d'un site web optimisé	05
		5. Utilisation des outils d'analyse des performances du site web	5.1. Utilisation appropriée des outils d'analyse des performances du site web	10
		6. Utilisation de titres, de balises de titre et de méta-descriptions	6.1. Utilisation appropriée de titres, de balises de titre et de méta-descriptions	05
Mettre en œuvre des techniques de référencement on-page	Produit Processus	7. Structuration du contenu de la page	7.1. Structuration correcte du contenu de la page	05
		8. Application des techniques d'optimisation du contenu et de la structuration des pages web	8.1. Application correcte des techniques d'optimisation du contenu et de la structuration des pages web	05

		9. Intégration des balises HTML stratégiques dans le contenu du site web.	9.1. Intégration correcte des balises HTML stratégiques dans le contenu du site web.	10
Développer des stratégies de création de liens (link building)	Produit Processus	10. Exécution d'une campagne de création des liens (link bulding)	10.1. Identification précise des différentes techniques de création de liens	05
			10.2. Identification précise des types de liens	05
			10.3. Mise en œuvre correcte des campagnes de création de liens	10
		11. Utilisation des outils d'analyse de la qualité des liens	11.1. Utilisation appropriée des outils d'analyse de la qualité des liens	05
Suivre et analyser les performances du référencement	Produit Processus	12. Interprétation des données de performance du référencement	12.1. Interprétation correcte des données de performance du référencement	05
		13. Détermination des évolutions des algorithmes des moteurs de recherche	13.1. Détermination efficace des évolutions des algorithmes des moteurs de recherche	10

DESCRIPTION DE L'ÉPREUVE	Code : REMR10
N° et énoncé de la compétence	**10. Référencer les moteurs de recherche et les sites web**

Renseignements généraux

L'épreuve a pour but d'évaluer l'engagement de l'apprenant dans une démarche qui vise à assurer l'acquisition de la compétence relative à « **Référencement des moteurs de recherche** ».

Il s'agit d'une épreuve d'évaluation qui prend en considération l'évaluation des connaissances théoriques et pratiques et elle pourrait être administrée individuellement à l'écrit.

L'évaluation des connaissances théoriques pourrait être réalisée avec l'ensemble des apprenants et l'évaluation des connaissances pratiques pourrait être administrée par groupes en fonction du nombre de postes disponibles.

L'évaluation portera sur les éléments de compétence suivants :

- Effectuer une analyse de mots clés
- Optimiser la structure et le contenu du site web pour améliorer son référencement
- Mettre en œuvre des techniques de référencement on-page
- Développer des stratégies de création de liens (link building)
- Suivre et analyser les performances du référencement

La durée de l'épreuve pourrait être d'environ 05 heures, pour l'évaluation des connaissances théoriques (01 heures) et pratiques (04 heures) en fonction des différents éléments de compétence.

Liens avec les autres compétences

Cette compétence est en relation avec les compétences particulières 7, 8, 9 et 11

Contenu de l'épreuve

L'épreuve vise à évaluer la capacité des apprenants à optimiser le référencement des moteurs de recherche (SEO) pour les sites web afin d'améliorer leur visibilité en ligne et leur classement dans les résultats de recherche.

L'épreuve comprend :

Partie théorique (QCM, Questions ouvertes, ou de développement):

Cette partie vise à évaluer :

- Compréhension des moteurs de recherche,
- Techniques de référencement
- Facteurs de classement
- Stratégies de référencement (la recherche de mots-clés, la création de liens, l'utilisation des médias sociaux, etc.)

Partie pratique (mise en situation, étude des cas, projets pratiques) :

Il est dans cette partie d'évaluer

- Audit de référencement
- Optimisation du contenu

- Recherche de mots-clés
- Suivi et analyse des performances
- Présentation des données quantitatives et qualitatives

Matériel *(Pour un groupe de 25 apprenants)*

Pour la composition de l'épreuve, le matériel requis par apprenant est composé :

- 25 ordinateurs
- Connexion internet haut débit
- Sites web à référencer
- Logiciels et outils de référencement SEO
- Logiciels de bureautique
- Outils de communication et de collaboration
- Documentation et ressources de référence (des livres, des articles, des guides en ligne, des tutoriels vidéo, des blogs spécialisés, etc)
- Cahier ou bloc-notes

Consigne particulière

- L'épreuve pourrait être administrée après la compétence relative ….
- En cas d'échec, l'épreuve pourrait être reprise dans son ensemble. Si un seul élément est très faible comparativement aux autres pour lesquels les performances de l'apprenant seraient excellentes, seul cet élément pourrait être repris.

FICHE D'ÉVALUATION			Code : REMR10
N° et énoncé de la compétence	**10. Référencer les moteurs de recherche et les sites web**		**Durée : 5h**
Nom de l'apprenant :			**Résultat**
Établissement d'enseignement :			**SUCCÈS** / **ÉCHEC**
Date de l'évaluation :			
Signature du formateur :			

ÉLÉMENTS D'OBSERVATION	OUI	NON	RÉSULTATS
1. Utilisation des outils d'analyse de mots clés 1.1. Utilisation appropriée des outils d'analyse			0 ou 05
2. Identification des mots clés pertinents 2.1. Identification précise des mots clés pertinents de mots clés			0 ou 05
3. Détermination du volume de recherche et de la concurrence pour chaque mot clé 3.1. Détermination correcte du volume de recherche et de la concurrence pour chaque mot clé			0 ou 10
4. Identification des éléments clés de la structure d'un site web optimisé 4.1. Identification précise des éléments clés de la structure d'un site web optimisé			0 ou 05
5. Utilisation des outils d'analyse des performances du site web 5.1. Utilisation appropriée des outils d'analyse des performances du site web			0 ou 10
6. Utilisation de titres, de balises de titre et de méta-descriptions 6.1. Utilisation appropriée de titres, de balises de titre et de méta-descriptions			0 ou 05
7. Structuration du contenu de la page 7.1. Structuration correcte du contenu de la page			0 ou 05
8. Application des techniques d'optimisation du contenu et de la structuration des pages web 8.1. Application correcte des techniques d'optimisation du contenu et de la structuration des pages web			0 ou 05
9. Intégration des balises HTML stratégiques dans le contenu du site web. 9.1. Intégration correcte des balises HTML stratégiques dans le contenu du site web.			0 ou 10

10. Exécution des campagnes de création des liens (link bulding) 10.1. Identification précise des différentes techniques de création de liens 10.2. Identification précise des types de liens 10.3. Mise en œuvre correcte des campagnes de création de liens			0 ou 05 0 ou 05 0 ou 10
11. Utilisation des outils d'analyse de la qualité des liens 11.1. Utilisation appropriée des outils d'analyse de la qualité des liens			0 ou 05
12. Interprétation des données de performance du référencement 12.1. Interprétation correcte des données de performance du référencement			0 ou 05
13. Détermination des évolutions des algorithmes des moteurs de recherche 13.1. Détermination efficace des évolutions des algorithmes des moteurs de recherche			0 ou 10
TOTAL :			**/100**
Seuil de réussite : 70%			
Règle de verdict : Le formateur devra s'assurer qu'en dehors de la maîtrise des opérations, l'apprenant adopte des attitudes respectant les règles de sécurité informatique pour lesquelles il aura été évalué à la compétence 3.			
Remarque :			

TABLEAU DE SPÉCIFICATIONS				
Métier	Marketeur Digital		**Code :**	**CAML11**
N° et énoncé de la compétence	**11. Organiser les campagnes de marketing en ligne**		**Durée d'apprentissage/d'évaluation**	**120h**
Éléments de la compétence	**Stratégie**	**Indicateurs**	**Critères d'évaluation**	**Points**
Préparer les actions des campagnes de marketing en ligne	Produit Processus	1. Identification des besoins du client ou de l'entreprise	1.1. Identification précise des besoins et attentes du client ou de l'entreprise	05
		2. Sélection des canaux et formats de marketing en ligne	2.1. Sélection judicieuse des canaux et formats de marketing en ligne	05
Mettre en œuvre les campagnes publicitaires (SEA)	Produit Processus	3. Configuration des campagnes publicitaires SEA	3.1. Configuration correcte des paramètres des campagnes publicitaires SEA	15
		4. Production du contenu des campagnes publicitaires	4.1. Production correcte des annonces efficaces et attractives	10
			4.2. Rédaction correcte des rapports d'analyse des performances des campagnes publicitaires	05
Implémenter les campagnes de SMS et Emails marketings	Produit Processus	5. Choix des plateformes de gestion des SMS et emails marketings	5.1. Choix judicieux des plateformes de gestion des SMS et Emails marketing	05
		6. Configuration des paramètres des campagnes des SMS et emails marketings	6.1. Configuration correcte des paramètres des campagnes des SMS et emails marketings	15
		7. Création et envoi des SMS et Emails marketings	7.1. Création efficace des SMS et Emails marketings	15
			7.2. Envoi correct des SMS et Emails marketings	10

Utiliser les ressources allouées aux campagnes de marketing digital	Produit	8. Exploitation des ressources logicielles et matérielles disponibles	8.1. Exploitation judicieuse des ressources logicielles et matérielles disponibles	05
		9. Exécution du budget d'une campagne de marketing digital	9.1. Exécution rigoureuse du budget d'une campagne de marketing digital	10

DESCRIPTION DE L'ÉPREUVE	Code : CAML11
Métier	Marketeur Digital
N° et énoncé de la compétence	**11. Organiser les campagnes de marketing en ligne**

Renseignements généraux

L'épreuve a pour but d'évaluer l'engagement de l'apprenant dans une démarche qui vise à assurer l'acquisition de la compétence relative à « **Organiser les campagnes de marketing en ligne ligne** ».

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

L'évaluation portera sur les éléments de compétence suivants :

- Planifier des campagnes de marketing en ligne
- Mettre en œuvre les campagnes publicitaires (SEA)
- Configurer les plateformes de gestion des SMS et Emails marketing
- Créer et envoyer des SMS et Emails marketing
- Optimiser les performances des campagnes
- Gérer les budgets
- Évaluer et documenter les résultats des campagnes

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

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

La durée cumulée de l'ensemble des épreuves pourrait être d'environ 4 heures (01 heure 30 minutes d'évaluation théorique et 02 heures 30 minutes d'évaluation pratique), et inclure la portion pratique combinée à celle de l'évaluation des connaissances théoriques pour les différents éléments de compétence.

Déroulement de l'épreuve

Cette compétence est en relation avec les compétences générales 2, 3, 4, 5, 6 et toutes les compétences particulières du Référentiel de Formation.

Matériel (Pour un effectif de 25 apprenants)

- *25 postes de travail équipés*
- *Logiciels de la suite bureautique*
- *Connexion internet haut débit et stable*
- *Outils de gestion de projet de marketing*
- *Plateformes de publicité en ligne*
- *Outils d'automatisation du marketing*
- *Outils d'analyse et de suivi des performances*
- *Outils de création de contenu*
- *Documents de référence sur les bonnes pratiques en marketing digital*
- *02 vidéoprojecteurs*
- *Blocs notes*

Consignes particulières

- L’épreuve pourrait être administrée durant le temps d’apprentissage d’une compétence subséquente (compétences 1, 3, 4, 5,6), ou d'une compétence évaluée en parallèle;
  En cas d'échec, l'épreuve devrait être reprise dans son ensemble. Si un seul élément est très faible comparativement aux autres pour lesquels les performances de l'apprenant seraient excellentes, seul cet élément pourrait être repris.

FICHE D'ÉVALUATION		Code : CAML11
N° et énoncé de la compétence	**11. Organiser les campagnes de marketing en ligne**	**Durée : 8h**

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

Résultat	
SUCCÈS	**ÉCHEC**
☐	☐

ÉLÉMENTS D'OBSERVATION	OUI	NON	RÉSULTATS
1. Identification des besoins du client ou de l'entreprise 1.1. Identification précise des besoins et attentes du client ou de l'entreprise			0 ou 05
2. Sélection des canaux et des formats de marketing 2.1. Sélection judicieuse des canaux et des formats publicitaires appropriés			0 ou 05
3. Configuration des campagnes publicitaire SEA 3.1. Configuration correcte des paramètres de la campagne publicitaire SEA			0 ou 15
4. Production du contenu des campagnes publicitaires 4.1. Production correcte des annonces efficaces et attractives 4.2. Rédaction correcte des rapports d'analyse des performances des campagnes publicitaires			0 ou 10 0 ou 05
5. Choix des plateformes de gestion des SMS et Emails marketings 5.1. Choix judicieux des plateformes de gestion des SMS et Emails marketing			0 ou 05
6. Configuration des paramètres des campagnes des SMS et email 6.1. Configuration correcte des paramètres des campagnes des SMS et email			0 ou 15
7. Création et envoi des SMS et Emails marketings 7.1. Création efficace des SMS et Emails marketings 7.2. Envoi correct des SMS et Emails marketings			0 ou 15 0 ou 10

8. Exploitation les ressources logicielles et matérielles disponibles 8.1. Exploitation judicieuse des ressources logicielles et matérielles disponibles			0 ou 05
9. Exécuter le budget d'une campagne de marketing digital 9.1. Exécution rigoureuse le budget d'une campagne de marketing digital			0 ou 10
		TOTAL:	**/100**
Seuil de réussite: 70 % et obligation de satisfaire aux exigences des critères 1.1; 7.1;9.1; 13.1			
Règle de verdict : Le formateur devra s'assurer qu'en dehors de la maîtrise des opérations, l'apprenant adopte des attitudes respectant les règles de sécurité informatique pour lesquelles il aura été évalué à la compétence 3.	**Oui** ☐	**Non** ☐	
Remarque :			

TABLEAU DE SPÉCIFICATIONS				
METIER	**Marketeur Digital**		**Code :**	**ECAM12**
N° et énoncé de la compétence	**12. Evaluer les performances de campagnes de marketing digital**		**Durée d'apprentissage**	**45h**
Éléments de la compétence	**Stratégie**	**Indicateurs**	**Critères d'évaluation**	**Points**
Collecter et interpréter les données marketings	Produit	1. Recueil des données marketings	1.1. Identification précise des sources de données marketings pertinentes	05
			1.2. Utilisation appropriée des outils de collecte	05
			1.3. Collecte efficace des données marketings	05
		2. Interprétation des données marketings	2.1. Interprétation correcte des données marketings	05
		3. Présentation des résultats d'analyse	3.1. Présentation claire des résultats d'analyse	05
Évaluer les indicateurs clés de performance (KPI)	Produit	4. Choix des indicateurs clés de performance	4.1. Choix judicieux des indicateurs clés de performance	10
		5. Collecte des données d'évaluation des KPI	5.1. Collecte efficace des données d'évaluation des KPI	05
		6. Utilisation des données KPI pour optimiser les campagnes	6.1. Utilisation appropriée des données KPI pour optimiser les campagnes	05
Identifier les tendances et les opportunités	Processus	7. Identification des tendances du marché et de marketing digital	7.1. Identification précise des tendances du marché	05
			7.2. Identification précise des tendances émergentes dans le domaine du marketing digital	05

		8. Identification des opportunités d'amélioration et de croissance	8.1. Identification précise des opportunités d'amélioration et de croissance	10
Présenter des rapports et des analyses	Processus	9. Élaboration des rapports des campagnes de marketing digital	9.1. Structuration correcte du rapport sur les performances des campagnes de marketing digital,	05
			9.2. Utilisation appropriée des éléments visuels (tableaux, graphiques, …) pour la présentation	05
		10. Présentation des rapports et des analyses en fonction du public cible	10.1. Présentation efficiente des rapports et des analyses en fonction du public cible.	05
Proposer des recommandations d'amélioration	Processus	11. Identification des domaines de sous-performance, des points forts, des faiblesses, et des opportunités inexploitées	11.1. Identification précise des domaines de sous-performance, des points forts, des faiblesses et des opportunités inexploitées	10
		12. Identification des actions spécifiques pour améliorer les performances	12.1. Identification précise des actions spécifiques pour améliorer les performances	05
		13. Proposition des recommandations réalisables	13.1. Proposition judicieuse des recommandations réalisables	05

DESCRIPTION DE L'ÉPREUVE	Code : ECAM12
N° et énoncé de la compétence	**12. Evaluer les performances de campagnes de marketing digital**

Renseignements généraux

L'épreuve a pour but d'évaluer l'engagement de l'apprenant dans une démarche qui vise à assurer l'acquisition de la compétence relative à **« Evaluer les performances de campagnes de marketing digital** ».

Il s'agit d'une épreuve d'évaluation qui prend en considération une portion d'évaluation des connaissances théoriques et une portion de type pratique.
L'évaluation de type pratique pourrait être administrée individuellement.
L'évaluation des connaissances théoriques pourrait être réalisée avec l'ensemble des apprenants.
L'environnement de réalisation de l'épreuve de type pratique devrait s'inspirer le plus possible d'une situation en milieu de travail. L'évaluation des connaissances théoriques pourrait être réalisée avec l'ensemble des apprenants.
L'évaluation portera sur les aspects suivants :

- Identifier les KPI pertinents
- Collecter les données pour le calcul des critères de performance
- Analyser les données des critères de performance
- Interpréter les résultats de l'analyse
- Communiquer les résultats et formuler des recommandations

La durée cumulée de l'ensemble des épreuves pourrait être d'environ 03 heures (01 heure d'évaluation théorique et 02 heures d'évaluation pratique), et inclure la portion pratique combinée à celle de l'évaluation des connaissances théoriques pour les différents éléments de compétence.

Liens avec les autres compétences

Cette compétence est en relation avec les compétences générales 2, 3, 4, 5 et 6 et toutes les compétences particulières du Référentiel de Formation.

Contenu de l'épreuve

Cette épreuve comporte des exercices de connaissances théoriques qui s'appuient sur des situations authentiques du métier d'ouvrier qualifié en Marketing Digital et couvrent l'ensemble des aspects cités plus haut.
A partir d'une mise en situation, l'apprenant pourrait être amené à proposer des solutions concrètes en utilisant des techniques de marketing appropriées. L'épreuve peut inclure des QCM (Questions à choix multiples), des études de cas, des simulations ou des exercices pratiques.

Matériel *(Pour un groupe de 25 apprenants)*

Pour la composition de l'épreuve, le matériel requis par apprenant est composé :

- *25 postes de travail*
- *Connexion Internet haut débit et stable*
- *02 vidéoprojecteurs*
- *02 imprimantes*
- *Outils d'analyse des données*
- *Outils de visualisation des données*

- *Outils de suivi des conversions*
- *Documents de référence sur les indicateurs KPI*
- *Blocs notes*

Consigne particulière

- L'épreuve pourrait être administrée après la compétence relative aux médias sociaux.
- En cas d'échec, l'épreuve pourrait être reprise dans son ensemble. Si un seul élément est très faible comparativement aux autres pour lesquels les performances de l'apprenant seraient excellentes, seul cet élément pourrait être repris.
- Les résultats seront arrondis à 10^{-3} près, sauf indication contraire du formateur.

FICHE D'ÉVALUATION			Code : ECAM12
N° et énoncé de la compétence	**12. Evaluer les performances de campagnes de marketing digital**		**Durée : 3h**
Nom de l'apprenant :		**Résultat**	
Établissement d'enseignement :		**SUCCÈS**	**ÉCHEC**
Date de l'évaluation :			
Signature du formateur :			

ÉLÉMENTS D'OBSERVATION	**OUI**	**NON**	**RÉSULTATS**
1. Recueil des données marketings 1.1. Identification précise des sources de données marketings pertinents 1.2. Utilisation appropriée des outils de collecte 1.3. Collecte efficace des données marketings			 0 ou 05 0 ou 05 0 ou 05
2. Interprétation des données marketings 2.1. Interprétation correcte des données marketings			 0 ou 05
3. Présentation des résultats d'analyse 3.1. Présentation claire des résultats d'analyse			 0 ou 05
4. Choix des indicateurs clés de performance 4.1. Choix judicieux des indicateurs clés de performance			 0 ou 10
5. Collecte des données d'évaluation des KPI 5.1. Collecte efficace des données d'évaluation des KPI			 0 ou 05
6. Utilisation des données KPI pour optimiser les campagnes 6.1. Utilisation appropriée des données KPI pour optimiser les campagnes			 0 ou 05
7. Identification des tendances du marché et de marketing digital 7.1. Identification précise des tendances du marché 7.2. Identification précise des tendances émergentes dans le domaine du marketing digital			 0 ou 05 0 ou 05
8. Identification des opportunités d'amélioration et de croissance 8.1. Identification précise des opportunités d'amélioration et de croissance			 0 ou 10

9. Élaboration des rapports des campagnes de marketing 9.1. Structuration correcte du rapport sur les performances des campagnes de marketing digital 9.2. Utilisation appropriée des éléments visuels (tableaux, graphiques, …) pour la présentation			0 ou 05
10. Présentation des rapports et des analyses en fonction du public cible 10.1. Présentation efficiente des rapports et des analyses en fonction du public cible			0 ou 05
11. Identification des domaines de sous-performance, les points forts, les faiblesses, et les opportunités inexploitées 11.1. Identification précise des domaines de sous-performance, les points forts, les faiblesses et opportunités inexploitées			0 ou 10
12. Identification des actions spécifiques pour améliorer les performances 12.1. Identification précise des actions spécifiques pour améliorer les performances			0 ou 05
13. Proposition des recommandations réalisables 13.1. Proposition judicieuse des recommandations réalisables			0 ou 05
TOTAL :			**/100**
Seuil de réussite : 70%			

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

ANNEXE

EQUIPE DE VALIDATION

N°	Noms et prénoms	Structure	Qualification
1	WADANG MOUNGNONE Pierrot	MINEFOP	Méthodologue
2	NEKAM Floriane	MINEFOP	Méthodologue
3	NDJIMIRGA ELYA	Privé	Software Engineer / ICT teacher
4	DINEP SIME Elisée	ELFI Events	Marketeur Digital
5	NGIAMBA MAVIANE Christian	IUT-Douala	Software Engineer / ICT teacher