

REPUBLIQUE DU CAMEROUN
Paix – Travail – Patrie

MINISTRE DE L'EMPLOI ET DE LA
FORMATION PROFESSIONNELLE

SECRETARIAT GENERAL

Projet d'Appui au Développement de l'Enseignement
Secondaire et des Compétences Pour la Croissance et
l'Emploi

COORDINATION TECHNIQUE DE LA COMPOSANTE II



REPUBLIC OF CAMEROON
Peace-Work-Fatherland

MINISTRY OF EMPLOYMENT
AND VOCATIONAL TRAINING

SECRETARIAT GENERAL

Secondary Education and Skills
Development Support Project

TECHNICAL COORDINATION OF COMPONENT II

REFERENTIEL DE FORMATION PROFESSIONNELLE

Selon l'Approche Par Compétences (APC)

REFERENTIEL DE FORMATION (RF)

SECTEUR : NUMERIQUE

METIER : MARKETEUR - DIGITAL

NIVEAU DE QUALIFICATION : OUVRIER QUALIFIE



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 DE MATIERE

EQUIPE DE REDACTION	i
REMERCIEMENTS	iii
ABREVIATIONS ET ACRONYMES	iv
LISTE DES PERSONNES CONSULTÉES	v
PRESENTATION D'UN REFERENTIEL DE FORMATION	1
PRÉSENTATION DES CONCEPTS ET DES PRINCIPALES DÉFINITIONS	3
DESCRIPTION SYNTHÈSE DU REFERENTIEL DE FORMATION	5
PREMIERE PARTIE : OBJETS DE LA FORMATION	7
BUTS DU REFERENTIEL	8
ÉNONCE DES COMPETENCES	9
MATRICE DES OBJETS DE FORMATION	9
LOGIGRAMME	12
DEUXIEME PARTIE : PRESENTATION DETAILLEE DES COMPETENCES DU REFERENTIEL	13
Module N°01 : Métier et formation	14
Module N°2 : Communication en milieu professionnel	15
Module N°03 : Hygiène, Santé, sécurité et Environnement	16
Module N°04 : Outils de production et de présentation des documents	17
Module N°05 : Utilisation des données sur le comportement des consommateurs	18
Module N°06 : Utilisation des techniques de promotion des produits et services en ligne	19
Module N°07 : Préparation des actions de marketing digital	21
Module N°08 : Création de contenu numérique	23
Module N°09 : Contrôle des médias sociaux et la présence en ligne	25
Module N°10 : Référencement des moteurs de recherche	27
Module N°11 : Organisation des campagnes de marketing en ligne	29
Module N°12 : Evaluation des campagnes de marketing digital	31
Module 13 : Entreprenariat	33
Module N°14 : Stage	34
RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES	36
ANNEXE	38
EQUIPE DE VALIDATION	38

REMERCIEMENTS

Ce Référentiel de Formation (RF) a été élaboré et sera exploité grâce à l'impulsion de Monsieur ISSA TCHIROMA BAKARY, Ministre de l'Emploi et de la Formation Professionnelle, dans le cadre du développement des Référentiels de Formation Professionnelle selon l'Approche Par Compétences (APC) au Projet d'Appui au Développement de l'Enseignement Secondaire et des Compétences pour la Croissance et l'emploi (PADESCE). Aussi, tenons-nous à exprimer au Ministre de l'Emploi et de la Formation Professionnelle notre profonde gratitude pour cette opportunité offerte qui permettra la normalisation de la formation et la valorisation du métier de caissier/caissière au Cameroun.

En outre, nous saluons et apprécions à sa juste valeur la collaboration avec les différents acteurs de la formation professionnelle (Experts et Entreprises) dans le cadre de l'Analyse de Situation de Travail (AST) et dont l'aide a été indispensable à la bonne conduite des entretiens et la réalisation des contenus de ce rapport.

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 qui seront significatives à la production d'un Référentiel de Formation Professionnelle, de qualité pour le métier de Marketeur-Digital.

ABREVIATIONS ET ACRONYMES

APC	Approche Par Compétences
AST	Analyse de Situation de Travail
BEPC	Brevet d'Etude du Premier Cycle
CAP	Certificat d'Aptitude Professionnelle
CQP	Certificat de Qualification Professionnelle
CRM	Customer Relationship Management
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
PADESCE	Projet d'Appui au Développement de l'Enseignement Secondaire et des Compétences pour la Croissance et l'Emploi
RAST	Rapport d'Analyse de Situation de Travail
RMC	Référentiel de Métier-Compétences
SEA	Search Engine Advertising
SEO	Search Engine Optimisation
SMS	Short Message Service
SND30	Stratégie Nationale de Développement du Cameroun 2030

LISTE 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

PRESENTATION D'UN REFERENTIEL DE FORMATION

a) Nature

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

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

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

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

b) Structure

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

c) Finalité

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

Dans un Référentiel de formation, la description générale du métier visé est une synthèse des tâches et opérations qui y sont associées. Elle porte de plus sur les principaux champs et secteurs d'activité, les différents outils techniques ou technologies utilisés et les principales responsabilités qui s'y

rattachent. Cette synthèse est constituée à partir de l'information contenue dans le Rapport d'Analyse de Situation de Travail (RAST) et des choix effectués au moment de la détermination des compétences. Les buts du référentiel de formation traduisent les orientations particulières en matière de formation professionnelle pour l'emploi.

d) **Éléments prescriptifs**

Le Référentiel de formation professionnelle au Cameroun comprend : le Référentiel métier-compétences (RMC), le Référentiel de formation (RF), le Référentiel d'évaluation (REVA), le Guide pédagogique (GP), le Guide d'organisation pédagogique et matérielle (GOPM), avec une distinction entre les différents documents. C'est ainsi qu'on peut distinguer : les référentiels et les guides.

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

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

En résumé, ont un caractère prescriptif :

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

PRÉSENTATION DES CONCEPTS ET DES PRINCIPALES DÉFINITIONS

a. Compétence

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

b. Compétences particulières

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

c. Compétences générales

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

d. Compétence traduite en comportement

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

e. Compétence traduite en situation

Présente une démarche dans laquelle s'inscrit une personne en vue d'un développement personnel et professionnel. Cette méthode s'applique mieux s'il s'agit de viser particulièrement l'acquisition de compétences qui présentent une forte composante liée à des attitudes ou à des savoir-être. Elle permet de prendre en compte les dimensions profondes de la personnalité, des valeurs et des attitudes.

f. Contexte de réalisation

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

g. Critères de performance

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

h. Critères d'engagement dans la démarche

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

DESCRIPTION SYNTHESE DU REFERENTIEL DE FORMATION

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

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

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

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

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

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

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

Liste des compétences du référentiel de formation

N°	Énoncé de la compétence	Durée	CS	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 Comportement des consommateurs
6	Utiliser les techniques de promotion des produits et services	60	0	60	4	C	G	Utilisation des Techniques 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
9	Contrôler les médias sociaux et la présence en ligne	75	75	0	5	C	P	Control 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	Entrepreneuriat
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		

PREMIERE PARTIE : OBJETS DE LA FORMATION

BUTS DU REFERENTIEL

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

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

Étant donné que le Marketeur Digital travaille souvent en équipe ou supervision, il doit démontrer de bonnes attitudes relationnelles, tout en veillant à préserver l'image de l'entreprise pour laquelle il réalise les activités d'organisation des campagnes publicitaires en ligne, de contrôle de la présence sur les plateformes de médias sociaux, de la création de contenus pour l'animation des campagnes en ligne, etc.

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

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

- Lui permettre de se donner des moyens pour gérer sa carrière, notamment par le développement de ses habiletés interpersonnelles et celles liées au travail d'équipe et à la gestion des responsabilités au sein d'une équipe.

ÉNONCE DES COMPÉTENCES.

a) Compétences générales

N°	Compétences générales	Tâches liées
01	Se situer au regard du métier et de la formation	1
02	Communiquer en milieu professionnel	1, 2, 3, 4, 5, 6
03	Prévenir les atteintes à la santé, à la sécurité, à l'intégrité physique et à l'environnement	1, 2, 3, 4, 5, 6
04	Utiliser les outils de production et de présentation des documents	1, 2, 3, 4, 5, 6
05	Utiliser les données sur le comportement des consommateurs	1, 2, 3, 4, 5
06	Utiliser les techniques de promotion des produits et services	1, 2, 3, 4, 5, 6
13	Rechercher un emploi	1, 2, 3, 4, 5, 6

b) Compétences particulières

N°	Compétences particulières	Tâches liées
07	Préparer les actions de marketing digital	1, 2, 3, 4, 5, 6
08	Créer du contenu numérique	1, 3, 4, 5
09	Contrôler les médias sociaux et la présence en ligne	1, 3, 4, 5
10	Référencer les moteurs de recherche et sites web	1, 2, 3, 4, 5, 6
11	Organiser les campagnes de marketing en ligne	1, 2, 3, 4, 5, 6
12	Evaluer les performances de campagnes de marketing digital	2, 3, 4, 5, 6
14	S'intégrer en milieu professionnel	1, 2, 3, 4, 5, 6

MATRICE DES OBJETS DE FORMATION

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

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

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

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

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

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

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

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

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

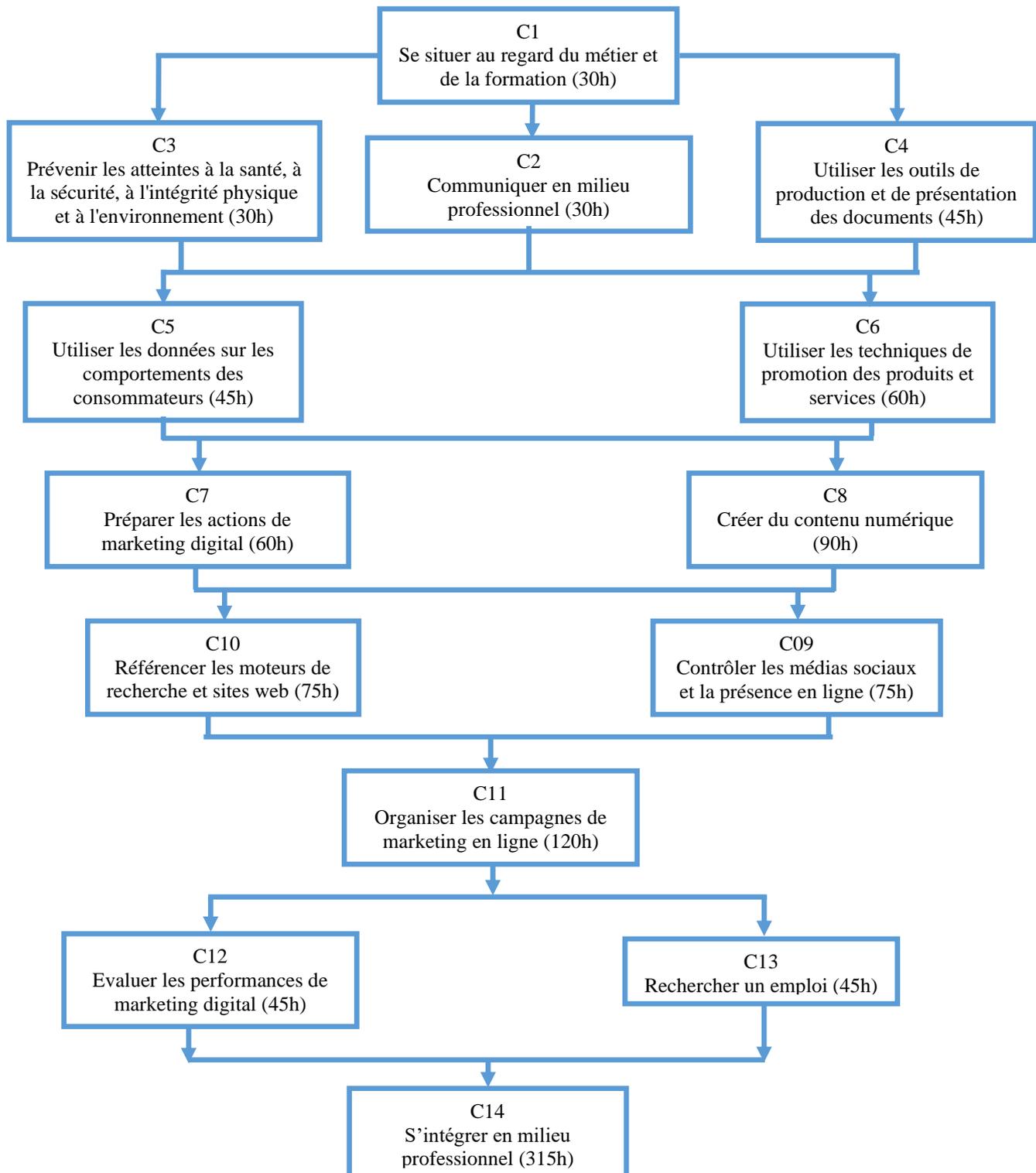
Marketur Digital (Ouvrier qualifié)	Compétences particulières	Numéro de la compétence	Type d'objectif	Durée (heure)	Compétences générales						Processus de travail				Durée de formation (heures)	Nombre de compétences
					Se situer au regard du métier et de la formation	Communiquer en milieu professionnel	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 consommateurs	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.		
																/
	Numéro de la compétence				1	2	3	4	5	6	13					
	Type d'objectif				S	C	S	C	C	C	C					
	Durée (heure)				30	30	30	45	45	60	45					270
	COMPÉTENCES PARTICULIÈRES															
	Préparer les actions de marketing digital	7	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	○	●	●	●	●	●	○	▲	▲	▲	△	
	S'intégrer en milieu professionnel	14		315	○	●	●	●	●	●	○	▲	▲	▲	△	
	Durée de la formation (heures)			780												1065
	Nombre de compétences	7														14

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

LOGIGRAMME

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

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



**DEUXIEME PARTIE : PRESENTATION DETAILLEE DES COMPETENCES DU
REFERENTIEL**

Module N°01 : Métier et formation		Code : MEFO01	Durée : 30 h
Énoncé de la Compétence traduite en situation : Se situer au regard du métier et de la formation			
<p>CONTEXTE DE RÉALISATION</p> <ul style="list-style-type: none"> • A l'occasion d'une démarche d'orientation professionnelle • A l'aide des données à jour sur le métier • Au contact de personnes ressources du métier ou en milieu de travail 			
Eléments de compétence		Mise en œuvre de la compétence	Critères d'engagement dans la démarche
1.	S'informer sur le métier	<p>1.1. S'informer à propos du marché du travail : perspectives d'emploi, rémunération, possibilités d'avancement et de mutation, critères et processus de sélection des candidats et des candidates</p> <p>1.2. S'informer de la nature et des exigences de l'emploi (tâches, conditions de travail, critères d'évaluation, droits et responsabilités) au cours de visites, d'entrevues, de rencontres d'information animées par un représentant ou une représentante de l'industrie, d'examens de documentation, etc.</p> <p>1.3. Inventorier les habiletés, aptitudes, attitudes et connaissances nécessaires pour pratiquer le métier</p> <p>1.4. Présenter les données collectées et discuter de sa perception du métier</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Collecte de l'information sur la majorité des sujets à traiter • Présentation de sa perception du métier au moment d'une rencontre de groupe en faisant le lien avec les données collectées
2.	S'informer sur le programme de formation et engagement de la démarche	<p>2.1. S'informer à propos du programme d'études, de la démarche de formation et de l'évaluation</p> <p>2.2. Discuter de la concordance du programme d'études à la situation de travail</p> <p>2.3. Faire part de ses premières réactions en ce qui a trait à la formation</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Exposition de sa perception de la démarche de formation au cours d'une plénière
3.	Evaluer et confirmer son engagement	<p>3.1. Faire un bilan de ses goûts, de ses aptitudes, de ses connaissances du domaine et de ses qualités personnelles</p> <p>3.2. Comparer son bilan avec les exigences liées à la formation et à l'exercice du travail ;</p> <p>3.3. Reconnaître les forces qui faciliteront son travail ainsi que les faiblesses qu'il faudra palier</p> <p>3.4. Donner les raisons qui motivent son choix de poursuivre ou non la démarche de formation</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Présentation d'un bilan de ses goûts, aptitudes, connaissances du domaine ainsi que de ses qualités personnelles • Justification de sa décision quant au fait de poursuivre ou non le programme de formation • Détermination de

Module N°01 : Métier et formation		Code : MEFO01	Durée : 30 h
Énoncé de la Compétence traduite en situation : Se situer au regard du métier et de la formation			
		3.5. Examiner la possibilité de créer son entreprise ou de travailler à son compte	son attirance pour l'auto-emploi

Module N°2 : Communication en milieu professionnel		Code : COM 02	Durée : 30 h
---	--	----------------------	---------------------

Énoncé de la Compétence traduite en situation : Communiquer en milieu professionnel

Compétence traduite en comportement

ÉNONCÉ DE LA COMPÉTENCE:

Communiquer en milieu professionnel

CONTEXTE DE REALISATION

- En tout lieu.
- En français et en anglais.
- Pour des situations liées :
 - à l'exercice de son métier ;
 - aux situations courantes de la vie;
- A partir :
 - de directives ;
 - de formulaires ;
 - de notes techniques ;
 - de rapports ;
 - de divers documents.
- A l'aide :
 - de documents de référence (dictionnaires de la langue française, de la langue anglaise, livres de grammaire, de conjugaison et d'orthographe, journaux, documents techniques, revues et ouvrages spécialisés...);
 - de modèles de documents écrits (rapports, comptes rendus, notes, etc.).

En relation avec ses collègues de travail, ses supérieurs et d'autres professionnels du milieu.
 Dans des situations professionnelles variées, y compris les réunions, les discussions formelles ou informelles, les rencontres de formation ou d'information, etc.
- Individuellement, en équipe ou auprès d'un groupe.

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE :

- Emploi correct des règles, des outils grammaticaux et linguistiques en français et en anglais.
- Utilisation appropriée de formules et des termes relatifs au métier.
- Utilisation appropriée des outils de communication.
- Respect du rôle et des responsabilités des autres membres du personnel.
- Respect à l'égard des différents points de vue d'autrui.
- Adoption de comportements éthiques.
- Participation active à la résolution de problèmes et à la prise de décisions.

	Éléments de compétence	• Critères particuliers de performance
1.	Exploiter des ressources des langues officielles.	<ul style="list-style-type: none"> • Utilisation appropriée de formules et des termes relatifs au métier en français et en anglais • Application appropriée du code grammatical du français • Appropriated use of English language rules • Détermination des éléments pertinents d'un texte • Détermination of pertinent éléments of a document
2.	Interagir avec les membres de l'équipe et la hiérarchie.	<ul style="list-style-type: none"> • Reconnaissance des attitudes à adopter dans un contexte professionnel. • Démonstration de comportements éthiques, d'intégrité et de conduite responsable. • Use of appropriate means of communication.

3.	Produire des écrits généraux et professionnels.	<ul style="list-style-type: none"> • Réponse correcte aux questions portant sur un texte. • Pertinent analysis of the sujet • Rédaction correcte d'une production dans la langue recommandée. • Utilisation efficace des ouvrages relatifs à la qualité de la langue. • Rédaction claire et concise de messages. • Production de rapports clairs et concis. • Vérification judicieuse de l'efficacité et de la qualité de la communication écrite.
4.	Établir une relation conseil.	<ul style="list-style-type: none"> • Precise détermination of needs • Détermination des moyens d'intervention appropriés. • Mise en œuvre adéquate des moyens d'intervention. • Communication appropriée de l'information pertinente. • Vérification objective de l'atteinte des objectifs.
5.	Encadrer une équipe de travail	<ul style="list-style-type: none"> • Établissement judicieuse d'un bilan de compétence • Identification des aspects favorables à la conduite de réunions. • Application judicieuse des techniques d'encadrement • Judicious writing of report

Module N°03 : Hygiène, Santé, sécurité et Environnement		Code : HSSE03	Durée : 30 h
Enoncé de la Compétence traduite en situation : Prévenir les atteintes liées à la santé, à la sécurité au travail et à l'environnement.			
CONTEXTE DE REALISATION :			
<ul style="list-style-type: none"> • Dans toute situation comportant des risques pour la santé et la sécurité de l'intervenant et de la clientèle. <p>A partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Des lois, des règlements et des normes relatives à santé, à la sécurité au travail, à l'hygiène, à la salubrité et à la préservation de l'environnement ; - De consignes et d'instructions. <p>A l'aide :</p> <ul style="list-style-type: none"> - D'accessoires et équipements de protection individuelle (EPI) et collective (EPC) ; - D'une trousse de premiers soins ; - De notices, de guides et de manuels d'utilisation. 			
CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE :			
<ul style="list-style-type: none"> • Respect des lois, des règlements et des normes. • Application correcte des mesures d'hygiène, de salubrité, de sécurité, de santé et de protection de l'environnement. • Intervention judicieuse en cas d'urgence. 			
Éléments de compétence		Critères particuliers de performance	
1.	S'informer des lois et des règlements sur la santé et la sécurité au travail.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interprétation juste de la législation du travail. ▪ Relevé approprié des normes et des procédures de santé et de sécurité au travail. ▪ Repérage adéquat de l'information dans les documents et les pictogrammes 	
2.	Identifier les risques relatifs à la santé et à la sécurité dans l'environnement professionnel.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Repérage correct des situations à risques et des sources de dangers. ▪ Anticipation juste des dangers actuels ou potentiels. ▪ Reconnaissance juste des comportements et des attitudes comportant des risques. ▪ Appréciation juste des risques associés à la situation. 	

Module N°03 : Hygiène, Santé, sécurité et Environnement		Code : HSSE03	Durée : 30 h
Énoncé de la Compétence traduite en situation : Prévenir les atteintes liées à la santé, à la sécurité au travail et à l'environnement.			
3.	Appliquer des mesures préventives liées à l'hygiène, la santé et la sécurité au travail.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Utilisation conforme des équipements de protection individuelle et collective. ▪ Reconnaissance juste des mesures préventives. ▪ Reconnaissance appropriée des conséquences du non-respect des principes ergonomiques et normes de sécurité sur le plan individuel et celui de l'entreprise. ▪ Association appropriée des principes ergonomiques et normes d'hygiène, de santé et de sécurité aux zones de travail. 	
4.	Intervenir en situation d'urgence.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Appréciation juste de la gravité de la situation ▪ Manifestation d'attitudes et de comportements sécurisants et réconfortants. ▪ Exécution efficace des interventions de premier niveau en cas d'accident. ▪ Respect de la procédure d'appel aux ressources compétentes. 	
5.	Prévenir les infections transmissibles sexuellement (IST), le virus d'immunodéficience humaine (VIH/SIDA) et d'autres maladies transmissibles.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Collecte d'information pertinente sur les modes de transmission, l'évolution et les moyens de prise en charge. ▪ Reconnaissance des conséquences possibles de comportements inappropriés. 	
6.	Développer un comportement écologiquement responsable.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Synthèse des informations recueillies ▪ Cueillette d'informations pertinentes 	

Module N°04 : Outils de production et de présentation des documents		Code : OPPD04	Durée : 45 h
Énoncé de la compétence traduite en comportement : Utiliser les outils de production et de présentation des documents			
CONTEXTE DE REALISATION			
<p>Cette compétence est développée dans le cadre des activités pratiques de création des supports numériques liées au marketing digital</p> <p>Dans un bureau ou sur le terrain</p> <p>A partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Des modèles de documents et de présentations ; - Des contenus spécifiques liés au marketing digital. <p>A l'aide :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Des logiciels de traitement de texte (Microsoft Word ou Google Docs) ; - Des logiciels de présentation (Microsoft PowerPoint ou Google Slides) ; - Des outils de gestion des fichiers ; - Des tutoriels et de guides. 			
CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE :			
<ul style="list-style-type: none"> • Utilisation efficace des fonctionnalités et des commandes des logiciels pour créer des documents 			

<ul style="list-style-type: none"> • Utilisation judicieuse des éléments visuels, graphiques et des mises en page dans la conception et la présentation des documents • Organisation claire et structurée des informations dans les documents, 		
Éléments de compétence		Critères particuliers de performance
1.	Utiliser les logiciels de traitement de texte	<ul style="list-style-type: none"> • Ouverture, création et sauvegarde correctes d'un document • Utilisation correcte des fonctions de mise en forme • Utilisation appropriée des styles et modèles • Personnalisation correcte des documents par publipostage • Insertion des objets dans un document texte
2.	Utiliser les fonctionnalités de base des logiciels de tableur	<ul style="list-style-type: none"> • Création et manipulation correctes des feuilles de calcul • Utilisation appropriée de formules et de fonctions simples • Présentation correcte des feuilles de calcul
3.	Créer des présentations visuelles attractives à l'aide de logiciels de présentation	<ul style="list-style-type: none"> • Structuration correcte de la présentation • Utilisation efficace des éléments visuels • Choix judicieux de la mise en forme et du design
4.	Utiliser les fonctionnalités de messagerie électronique pour la communication professionnelle	<ul style="list-style-type: none"> • Manipulation correcte de l'interface de la messagerie • Utilisation appropriée des fonctionnalités avancées de la messagerie électronique • Composition claire de messages professionnels
5.	Organiser les fichiers et les documents numériques	<ul style="list-style-type: none"> • Structuration efficace des dossiers et des fichiers • Utilisation appropriée des outils de gestion de fichiers • Gestion efficace de la version des documents

Module N°05 : Utilisation des données sur le comportement des consommateurs	Code : COCO05	Durée : 45 h
Enoncé de la compétence traduite en comportement : Utiliser les données sur le comportement des consommateurs		
CONTEXTE DE REALISATION :		
<ul style="list-style-type: none"> • Dans la société • Etude de marché • Ciblage des audiences. 		
<p>À partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Des données collectées (études de marché, enquêtes, sondages, analyses des comportements en ligne) - Des outils d'analyse (segmentation, ciblage, personas, cartographie du parcours client) - Des données démographiques des consommateurs (âge, sexe, lieu de résidence, revenu, etc.). 		
<p>À l'aide :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Des connaissances en psychologie (Motivation, perception, décision,) - Des connaissances en sociologie (groupes sociaux, classes sociales, cultures) 		

Module N°05 : Utilisation des données sur le comportement des consommateurs		Code : COCO05	Durée : 45 h
Enoncé de la compétence traduite en comportement : Utiliser les données sur le comportement des consommateurs			
CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE :			
<ul style="list-style-type: none"> • Collecte précise des données pertinentes sur les consommateurs • Utilisation judicieuse des outils et des méthodes d'étude du comportement des consommateurs (enquêtes, entretiens, observations, analyses statistiques, etc.,) • Communication efficace des résultats de l'étude de comportement des consommateurs • Respect strict des normes éthiques et de confidentialité liée aux données du comportement des consommateurs 			
<i>Éléments de compétence</i>		<i>Critères particuliers de performance</i>	
1.	Interpréter le comportement du consommateur	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Collecte efficace des données comportementales ▪ Identification précise des tendances, des modèles et des insights significatifs sur les préférences et les décisions d'achat des consommateurs ▪ Identification précise des facteurs d'influence du comportement des consommateurs ▪ Utilisation appropriée d'outils d'analyse des données comportementales 	
2.	Segmenter le marché en entités homogènes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identification précise des critères de segmentation ▪ Différenciation correcte du marché ▪ Identification précise des groupes de consommateurs de caractéristiques identiques 	
3.	Appliquer des principes de persuasion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interprétation correcte des principes d'influence des attitudes et des comportements des consommateurs ▪ Utilisation efficace des techniques de persuasion ▪ Consignation claire des résultats de la persuasion des consommateurs sur les attitudes et les comportements des consommateurs 	
4.	Adapter la communication au public cible	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Détermination correcte des caractéristiques comportementales du public cible ▪ Sélection judicieuse des canaux de communication appropriés du contenu de message et du ton 	

Module N°06 : Utilisation des techniques de promotion des produits et services en ligne		Code : SPPS06	Durée : 60 h
Enoncé de la compétence traduite en comportement : Utiliser les techniques de promotion des produits et services			
CONTEXTE DE RÉALISATION			
<ul style="list-style-type: none"> • Etude de marché • Positionnement des produits sur le marché • Au bureau et sur le terrain <p>À partir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Des objectifs marketings - Des cibles marketings - Des canaux de communication 			

Module N°06 : Utilisation des techniques de promotion des produits et services en ligne		Code : SPPS06	Durée : 60 h
Enoncé de la compétence traduite en comportement : Utiliser les techniques de promotion des produits et services			
À l'aide : <ul style="list-style-type: none"> - Des outils marketing - Des connaissances en marketing - Des compétences en communication 			
CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE :			
<ul style="list-style-type: none"> • Application correcte des techniques de promotion • Utilisation judicieuse des outils de suivi des campagnes de promotion • Collaboration efficace avec d'autres membres de l'équipe marketing • Respect rigoureux de normes déontologiques et de confidentialité du marketing digital 			
<i>Éléments de compétence</i>		<i>Critères particuliers de performance</i>	
1.	Analyser le marché et la concurrence	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identification précise du marché cible et des acteurs clés ▪ Identification précise des tendances du marché ▪ Identification précise des forces et faiblesses en présence sur le marché ▪ Comparaison correcte des offres des concurrents avec ceux de l'entreprise 	
2.	Définir la stratégie marketing	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interprétation correcte des besoins et attentes de l'entreprise ▪ Définition claire d'un positionnement unique pour les produits ou services de l'entreprise ▪ Choix judicieux des canaux appropriés de marketing 	
3.	Mettre en œuvre des actions de marketing	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sélection judicieuse des techniques de promotion appropriées en fonction des objectifs de l'entreprise ▪ Application correcte des techniques de promotion ▪ Exécution correcte des campagnes de promotion 	
4.	Mesurer et analyser les performances des actions de marketing	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Utilisation correcte des outils de mesure de performance des actions de marketing ▪ Interprétation correcte des données recueillies ▪ Formulation claire des recommandations 	
5.	Gérer la relation client à travers des stratégies de fidélisation et d'engagement client	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interprétation correcte des besoins et attentes des clients ▪ Application correcte des principes de base de la fidélisation client ▪ Application correcte des principes de base d'engagement client durable ▪ Utilisation appropriée des outils de gestion de la relation client (CRM) ▪ Respect strict des règles de la relation client et de la protection des données 	

Module N°07 : Préparation des actions de marketing digital		Code : PAMD07	Durée : 60 h
Enoncé de la compétence traduite en comportement : Préparer les actions de marketing digital			
CONTEXTE DE REALISATION :			
<ul style="list-style-type: none"> • Organisation des campagnes de marketing en ligne pour entreprise imaginaire ou réelle • Promotion des produits ou services • Utilisation des outils et canaux numériques • Prise en compte du marché cible, de la concurrence, et les contraintes budgétaires 			
A partir :			
<ul style="list-style-type: none"> - L'analyse du marché et de la concurrence - La définition des objectifs marketings - Le choix des canaux de communication - L'élaboration du budget 			
À l'aide :			
<ul style="list-style-type: none"> - À l'aide de ressources pédagogiques (études de cas, des tutoriels en ligne, des livres et des articles spécialisés dans le marketing digital) - Etudes des cas - Outils de planification marketing (plan de marketing digital, calendrier marketing, etc.) - Outils numériques (logiciels d'analyse de données, des plateformes publicitaires en ligne, des outils de gestion de contenu, etc.) - Livres et des articles spécialisés dans le marketing digital 			
CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE :			
<ul style="list-style-type: none"> • Choix judicieux des canaux de communication adaptés la cible • Interprétation correcte des résultats des actions de marketing digital • Sélection judicieuse des canaux et outils numériques appropriés • Ajuster les actions de marketing digital en fonction des résultats • Communication efficace du plan de marketing digital aux parties prenantes concernées 			
<i>Éléments de compétence</i>		<i>Critères particuliers de performance</i>	
1.	Analyser le marché et la concurrence par une étude approfondie du marché cible	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Recueil précis des besoins et attentes des consommateurs dans chaque segment de marché ▪ Détermination précise des concurrents directs et indirects sur le marché ▪ Identification précise des opportunités et des menaces potentielles sur le marché 	
2.	Définir les objectifs et les indicateurs de performance	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Choix judicieux des indicateurs de performance ▪ Interprétation correcte des aspects du marketing digital ▪ Sélection judicieuse des outils de suivi des performances 	
3.	Identifier les personas et cibler les audiences.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Création correcte de profils de personas et de segments de marché ▪ Segmentation correcte des audiences en groupes distincts 	
4.	Sélectionner les canaux de marketing appropriés	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identification précise des différents canaux de marketing digital ▪ Choix judicieux des canaux de marketing 	
5.	Élaborer un plan d'action et un calendrier	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identification correcte des actions de campagne de marketing digital à mettre en œuvre ▪ Établissement judicieux d'un calendrier réaliste par 	

Module N°07 : Préparation des actions de marketing digital		Code : PAMD07	Durée : 60 h
Enoncé de la compétence traduite en comportement : Préparer les actions de marketing digital			
		action	

Module N°08 : Création de contenu numérique		Code : CCON08	Durée : 90 h
Enoncé de la compétence traduite en comportement : Créer du contenu numérique			
CONTEXTE DE REALISATION :			
<ul style="list-style-type: none"> • Au bureau ou sur le terrain • Les Médias sociaux • Les projets scolaires, de stages en entreprise imaginaires ou réels • Intérêt personnel de l'apprenant • En équipe, individuellement ou sous supervision. 			
À partir :			
<ul style="list-style-type: none"> - La connaissance du marché et de la cible - Les objectifs marketings - Les canaux de communication - Les sujets d'intérêt de l'apprenant - Les thèmes donnés par l'enseignant - Les recherches et d'analyses 			
À l'aide :			
<ul style="list-style-type: none"> - La formation aux techniques de rédaction du contenu numérique - Les études de cas et exemples concrets - Les compétences visuelles et multimédia - Les outils de création de contenu numérique (logiciels de traitement de texte, éditeurs d'images, applications de montage vidéo, etc.) - Les ressources en ligne (tutoriels vidéo, guides d'écriture, modèles de conception, etc.) 			
CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE :			
<ul style="list-style-type: none"> • Utilisation efficace des techniques de rédaction de contenu • Utilisation efficace des outils numériques pour éditer du contenu visuel ou audiovisuel attractif • Rédaction correcte du contenu en tenant compte des règles de grammaire, d'orthographe et de style • Identification correcte du public cible, de ses préférences et ses besoins. • Respect rigoureux des bonnes pratiques en matière de droits d'auteur, de confidentialité et de conformité légale lors de la création du contenu 			
<i>Éléments de compétence</i>		<i>Critères particuliers de performance</i>	
1.	Élaborer une stratégie de contenu en identifiant les personas et les besoins du public cible	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identification correcte des besoins et les attentes de persona en matière de contenu ▪ Détermination correcte des types de contenu appropriés 	
2.	Rédiger du contenu persuasif pour différents types de supports numériques	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Utilisation appropriée du ton et du style d'écriture ▪ Utilisation appropriée des techniques de persuasion ▪ Rédaction clair et concise du contenu pour le public cible 	
3.	Concevoir des visuels attrayants	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Choix judicieux des outils et les logiciels adaptés à la création de visuels numériques ▪ Application correcte des principes de base du design graphique ▪ Utilisation appropriée des visuels 	

Module N°08 : Création de contenu numérique		Code : CCON08	Durée : 90 h
Enoncé de la compétence traduite en comportement : Créer du contenu numérique			
4.	Produire du contenu vidéo captivante	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Utilisation appropriée des techniques de production vidéo ▪ Rédaction correcte de scénario et de storyboard ▪ Calibrage correct du style et du ton de la vidéo à la cible visée 	

Module N°09 : Contrôle des médias sociaux et la présence en ligne	Code : MESO09	Durée : 75 h
--	----------------------	---------------------

Énoncé de la compétence traduite en comportement : Contrôler les médias sociaux et la présence en ligne

CONTEXTE DE REALISATION :

- Comptes de médias sociaux d'entreprise imaginaire ou réelle.
- Promotion des produits ou services
- Publication du contenu sur les plateformes sociales
- Echanges avec les utilisateurs en ligne

A partir :

- Des objectifs de communication et de marketing de l'entreprise
- Des stratégies de contenu et de communication
- De la connaissance du marché et de la cible
- Des objectifs marketings permettent
- La stratégie de communication digitale
- Des connaissances de base des plateformes de médias sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, etc.,)
- Les connaissances de base sur la création de profils, la publication de contenu et l'interaction avec les utilisateurs

À l'aide :

- Formation aux meilleures pratiques des médias sociaux
- Études de cas et exemples concrets de documentation technique ;
- Outils de gestion des médias sociaux (Hootsuite, Buffer, Sprout Social, Zoho Social, etc.)
- Formation à la gestion des crises en ligne
- Outils de veille e-réputation (Mention, Google Alerts, etc.)

CRITÈRES GÉNÉRAUX DE PERFORMANCE :

- Contrôle correct des profils de médias sociaux pour une entreprise ou une marque.
- Publication correcte du contenu sur les médias sociaux.
- Surveillance efficace des interactions des utilisateurs
- Utilisation correcte des outils de gestion des médias sociaux
- Résolution efficace des situations de crise en ligne

<i>Éléments de compétence</i>		<i>Critères particuliers de performance</i>
1.	Développer une stratégie de médias sociaux	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Choix judicieux des plateformes de médias sociaux ▪ Définition correcte d'un plan de contenu ▪ Identification précise des types de contenu à publier ▪ Détermination correcte de la fréquence de publication sur les médias sociaux
2.	Publier du contenu	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Utilisation appropriée des plateformes et outils ▪ Utilisation appropriée de contenu pertinent original et engageant pour le public cible ▪ Utilisation appropriée des outils de mesure de l'engagement ▪ Respect strict du calendrier de publication ▪ Ajustement correcte des publications en fonction des retours des utilisateurs

Module N°09 : Contrôle des médias sociaux et la présence en ligne		Code : MESO09	Durée : 75 h
Enoncé de la compétence traduite en comportement : Contrôler les médias sociaux et la présence en ligne			
3.	Animer les interactions avec les utilisateurs	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Réaction rapide et courtoise aux commentaires, questions et messages des utilisateurs sur les plateformes de médias sociaux. ▪ Interaction positive avec les utilisateurs sur les médias sociaux ▪ Réaction appropriée en cas de crise sur les plateformes des médias sociaux 	
4.	Surveiller la réputation sur les médias sociaux	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Collecte correcte des différentes mentions en ligne ▪ Identification précise des menaces pour la réputation en ligne ▪ Mise en œuvre correcte des actions d'amélioration de la réputation en ligne 	

Module N°10 : Référencement des moteurs de recherche		Code : REMR10	Durée : 75 h
Enoncé de la compétence traduite en comportement : Référencer les moteurs de recherche et les sites web			
CONTEXTE DE REALISATION :			
<ul style="list-style-type: none"> • Projets imaginaires ou réels • Exemples concrets de sites web d'entreprise • En salle de formation ou sur un lieu de travail externe • En équipe, individuellement ou sous supervision. 			
À partir :			
<ul style="list-style-type: none"> - Des connaissances de base sur les moteurs de recherche et leur fonctionnement - Des connaissances de base sur la création et la gestion de sites web - Des mots-clés utilisés par les internautes - De la connaissance des algorithmes des moteurs de recherche - Des directives. 			
À l'aide :			
<ul style="list-style-type: none"> - Des formations aux principes du référencement - Des outils de recherche des mots clés pertinents en ligne (Google Keyword Planner, etc.) - De guides et de ressources en ligne sur les bonnes pratiques en matière de référencement - Des outils de référencement (Google Analytics, Google Search Console, SEMrush, Moz, etc.) - Outils de création de contenu (éditeurs de texte, logiciels de création d'images et de vidéos, etc.) - Outils de suivi des performances (Google Analytics, etc.) - Des techniques de SEO on-page et off-page (l'optimisation du contenu, la création de backlinks, etc) 			
CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE :			
<ul style="list-style-type: none"> • Sélection judicieuse des mots-clés pertinents • Production correcte des backlinks de qualité provenant de sources fiables et pertinentes • Veille technologique permanente • Optimisation claire du classement dans les moteurs de recherche des mots-clés pertinents • Augmentation claire du trafic vers le site web • Utilisation correcte des techniques d'optimisation de contenu 			
<i>Éléments de compétence</i>		<i>Critères particuliers de performance</i>	
1.	Effectuer une analyse de mots clés	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Utilisation appropriée des outils d'analyse ▪ Identification précise des mots clés pertinents de mots clés ▪ Détermination correcte du volume de recherche et la concurrence pour chaque mot clé 	
2.	Optimiser la structure et le contenu du site web pour améliorer son référencement	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identification précise des éléments clés de la structure d'un site web optimisé ▪ Utilisation appropriée des outils d'analyse des performances du site web ▪ Utilisation appropriée de titres, de balises de titre et de méta-descriptions 	

Module N°10 : Référencement des moteurs de recherche		Code : REMR10	Durée : 75 h
Enoncé de la compétence traduite en comportement : Référencer les moteurs de recherche et les sites web			
3.	Mettre en œuvre des techniques de référencement on-page	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Structuration correcte du contenu de la page ▪ Application correcte des techniques d'optimisation du contenu et de la structure des pages web ▪ Intégration correcte des balises HTML stratégiques dans le contenu du site web. 	
4.	Développer des stratégies de création de liens (link building)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identification précise des différentes techniques de création de liens ▪ Identification précise des types de liens ▪ Mise en œuvre correcte des campagnes de création de liens ▪ Utilisation appropriée des outils d'analyse de la qualité des liens 	
5.	Suivre et analyser les performances du référencement	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interprétation correcte des données de performance du référencement ▪ Détermination efficace des évolutions des algorithmes des moteurs de recherche 	

Module N°11 : Organisation des campagnes de marketing en ligne		Code : CAML11	Durée : 120 h
Énoncé de la compétence traduite en comportement : Organiser les campagnes de marketing en ligne			
CONTEXTE DE REALISATION :			
<ul style="list-style-type: none"> • Promotion des produits ou services de l'entreprise • Simulations de campagnes publicitaires pour des produits ou services imaginaires ou réels • Plateformes publicitaires en lignes • Travail effectué individuellement ou en équipe ou sous supervision. 			
À partir :			
<ul style="list-style-type: none"> - De la connaissance du marché et de la cible ; - Des objectifs du marketing en ligne ; - Des connaissances de base du fonctionnement des publicités en ligne et des différents types de publicités disponibles (annonces texte, annonces display, annonces vidéo, etc.) ; - D'une analyse des objectifs de la campagne marketing, du public cible et du budget alloué ; - Des Connaissances de base sur les différentes plateformes publicitaires disponibles. 			
À l'aide :			
<ul style="list-style-type: none"> - Des outils de gestion de publicités en ligne (Google Ads, Facebook Ads Manager, etc.) ; - Des guides et de tutoriels en ligne sur les bonnes pratiques en matière de création et de gestion de campagnes publicitaires en ligne ; - Des exemples concrets de campagnes publicitaires réussies ou d'études de cas - Des outils de création d'annonces (Google Web Designer, Canva, etc.) ; - Des outils de suivi des performances (Google Analytics, Facebook Insights, etc.) - Des formations aux concepts de base de la publicité en ligne ; - Des Connaissances sur les plateformes publicitaires en ligne ; - De la stratégie de ciblage et de segmentation de marché ; - Des principes de base pour la création de publicités convaincantes. 			
CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE :			
<ul style="list-style-type: none"> • Planification judicieuse des campagnes publicitaires sur différentes plateformes en ligne • Sélection judicieuse des audiences par ciblage et segmentation • Organisation correcte des publicités convaincantes • Utilisation efficace des budgets alloués pour les campagnes publicitaires en ligne • Identification correcte des canaux publicitaires en ligne • Production correcte des annonces attrayantes et pertinentes • Contrôle rigoureux des campagnes publicitaires en ligne (les clics, les impressions, les conversions, etc) 			
<i>Éléments de compétence</i>		<i>Critères particuliers de performance</i>	
1.	Préparer les actions des campagnes de marketing en ligne	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identification précise des besoins et attentes du client ou de l'entreprise ▪ Sélection judicieuse des canaux et formats de marketing ▪ Exécution correcte d'un plan de campagne marketing détaillé 	
2.	Mettre en œuvre les campagnes publicitaires (SEA)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Configuration correcte des paramètres de la campagne publicitaire SEA ▪ Production correcte des annonces efficaces et attractives ▪ Rédaction correcte des rapports d'analyse des performances 	

Module N°11 : Organisation des campagnes de marketing en ligne		Code : CAML11	Durée : 120 h
Enoncé de la compétence traduite en comportement : Organiser les campagnes de marketing en ligne			
		des campagnes publicitaires	
3.	Implémenter les campagnes de SMS et Emails marketings	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Choix judicieux des plateformes de gestion des SMS et Emails marketing ▪ Configuration correcte des paramètres des campagnes des SMS et emails marketings ▪ Création efficace des SMS et Emails marketings ▪ Envoi correct des SMS et Emails marketings 	
4.	Utiliser les ressources allouées aux campagnes de marketing digital	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Exploitation judicieuse des ressources logicielles et matérielles disponibles ▪ Exécution rigoureuse le budget d'une campagne de marketing digital 	

Module N°12 : Evaluation des campagnes de marketing digital		Code : ECAM12	Durée : 45 h
Enoncé de la compétence traduite en comportement : Evaluer les performances de campagnes de marketing digital			
CONTEXTE DE REALISATION :			
<ul style="list-style-type: none"> • Organisation des campagnes de marketing en ligne pour entreprise imaginaire ou réelle • Promotion des produits ou services • Utilisation des outils et canaux numériques • Prise en compte du marché cible, de la concurrence, et les contraintes budgétaires 			
A partir :			
<ul style="list-style-type: none"> - De l'analyse du marché et de la concurrence - De la définition des objectifs marketings - Du choix des canaux de communication - De l'élaboration du budget 			
À l'aide :			
<ul style="list-style-type: none"> - De ressources pédagogiques (études de cas, des tutoriels en ligne, des livres et des articles spécialisés dans le marketing digital) ; - Des études des cas ; - D'outils de planification marketing (plan de marketing digital, calendrier marketing, etc.) ; - D'outils numériques (logiciels d'analyse de données, des plateformes publicitaires en ligne, des outils de gestion de contenu, etc.) ; - Des livres et des articles spécialisés dans le marketing digital. 			
CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE :			
<ul style="list-style-type: none"> • Choix judicieux des canaux de communication adaptés la cible ; • Interprétation correcte des résultats des actions de marketing digital ; • Sélection judicieuse des canaux et outils numériques appropriés ; • Ajuster les actions de marketing digital en fonction des résultats ; • Communication efficace du plan de marketing digital aux parties prenantes concernées. 			
Éléments de compétence		Critères particuliers de performance	
1.	Collecter et interpréter les données marketings	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identification précise des sources de données marketings pertinents ▪ Collecte efficace des données marketing ▪ Utilisation appropriée des outils de collecte ▪ Interprétation correcte des données marketings ▪ Présentation claire des résultats d'analyse 	
2.	Évaluer les indicateurs clés de performance (KPI)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Choix judicieux des indicateurs clés de performance ▪ Collecte efficace des données d'évaluation des KPI ▪ Utilisation appropriée des données KPI pour optimiser les campagnes 	
3.	Identifier les tendances et les opportunités	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identification précise des tendances du marché ▪ Identification précise des tendances émergentes dans le domaine du marketing digital ▪ Identification précise des opportunités d'amélioration et de croissance 	

Module N°12 : Evaluation des campagnes de marketing digital		Code : ECAM12	Durée : 45 h
Enoncé de la compétence traduite en comportement : Evaluer les performances de campagnes de marketing digital			
4.	Présenter des rapports et des analyses	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Structuration correcte du rapport sur les performances des campagnes de marketing digital, ▪ Utilisation appropriée des éléments visuels (tableaux, graphiques, ...) pour la présentation ▪ Présentation efficiente des rapports et des analyses en fonction du public cible. 	
5.	Proposer des recommandations d'amélioration.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identification précise des domaines de sous-performance, les points forts, les faiblesses et opportunités inexploitées ▪ Identification précise des actions spécifiques pour améliorer les performances ▪ Proposition judicieuse des recommandations réalisables 	

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

Module N°14 : Stage		Code : STAG14	Durée : 315 h
Enoncé de la compétence traduite en situation : S'intégrer en milieu professionnel			
CONTEXTE DE REALISATION			
<p>Dans un milieu professionnel ; En présence de l'encadreur de stage ou tuteur ; En présence des responsables de l'entreprise ; A partir de l'exécution des tâches professionnelles ; A l'aide de la collaboration étroite entre l'école et l'entreprise.</p>			
ELEMENTS DE COMPETENCE	MISE EN ŒUVRE DE LA COMPETENCE	CRITERES D'ENGAGEMENT DANS LA DEMARCHE	
1- Préparer son séjour en milieu professionnel	1.1 Prendre connaissance des modalités et des renseignements relatifs au stage ; 1.2 S'informer sur l'organisation de l'entreprise ; 1.3 Se situer dans l'organisation de l'entreprise par rapport à la tâche et à la place occupée dans la structure.	<ul style="list-style-type: none"> • Recueil des données pertinentes relatives au stage et à l'organisation de l'entreprise ; • Description exhaustive des tâches prévues pour son stage ; • Choix judicieux des entreprises susceptibles d'accueillir le stagiaire ; • Élaboration conforme du dossier de stage. 	
2- Respecter les principes de discipline et de déontologie	2.1 Présenter les qualités personnelles et professionnelles ; 2.2 S'informer des consignes des supérieurs, de sécurité, des règlements de l'entreprise et des normes environnementales.	<ul style="list-style-type: none"> • Respect des consignes, des règlements, de la hiérarchie et des normes environnementales ; • Démonstration des qualités personnelles et professionnelles. 	
3- Exécuter les activités en milieu professionnel	3.1 Observer le contexte du travail ; 3.2 Effectuer diverses tâches professionnelles ; 3.3 Vérifier la satisfaction de l'encadreur par rapport aux activités effectuées ; 3.4 Relater ses observations sur le contexte de travail et sur les tâches exercées dans l'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> • Exécution appropriée des tâches ; • Assimilation parfaite et démonstration des opérations liées au métier ; • Développement des attitudes professionnelles ; • Choix et utilisation adéquats des matériels de l'entreprise. 	
4- Comparer ses perceptions aux réalités du métier	4.1 Relater sa perception du métier avant et après le stage ; 4.2 Évaluer l'influence de l'expérience vécue sur le choix d'un futur emploi.	<ul style="list-style-type: none"> • Résumé de l'expérience de stage ; • Démonstration de l'influence du stage sur le choix d'un futur emploi ; 	
5- Rédiger le rapport de stage	5.1 S'informer sur le plan de rédaction et du contenu d'un rapport de stage ; 5.2 Utiliser une expression soutenue dans la rédaction du rapport de stage.	<ul style="list-style-type: none"> • Respect des principes de la langue utilisée ; • Pertinence du contenu du rapport • Rédaction soignée et concise. 	

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 méthodologiques 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-consol>

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