



MSDI 2 — RNCP 38504 — BLOC 3 — BC3 A.6 / A.7 / A.8

ÉPREUVE

KA•BRIEF

Guide méthodologique de l'épreuve — étudiant

Février

Date de l'épreuve

3 livrables

Vidéo + Note de cadrage + Débrief

Bloc 3

BC3 A.6 / A.7 / A.8

20 min

Débrief devant jury

VUE D'ENSEMBLE

Principe de l'épreuve

En deuxième année, les étudiant.e.s de MSDi sont évalué.e.s sur leur maîtrise du management d'équipe. En application de leurs cours et de leur connaissance du fonctionnement d'une compétition d'agences de communication, ils.elles encadrent le travail d'une équipe d'étudiant.e.s de B•COM qui répond au brief d'un annonceur. Cet exercice valide le Bloc 3.

DÉROULEMENT

Chronologie de l'épreuve

Moment	Ce qui se passe
Vendredi midi	Co-brief client en visio — l'annonceur briefe les MSDI 2 ET les B•COM simultanément.
Vendredi après-midi	Les MSDI 2 ont 4 heures pour produire leur vidéo-brief (10 min max) + note de cadrage 1. Envoi au jury et aux B•COM avant fin de journée.
Vendredi après-midi	Les B•COM démarrent leur veille sur l'univers de l'annonceur.
Week-end — mercredi	Les B•COM travaillent en autonomie complète. Zéro contact avec les MSDI 2. La note de cadrage fait le job.
Jeudi matin	Les B•COM présentent leur recommandation devant jury et MSDI 2 — 20 min par groupe.
Jeudi en continu	Dès qu'un groupe a présenté, le(s) binomé(s) MSDI 2 associé(s) disposent de 1h pour préparer leur débrief. Débrief en présentiel devant jury : 20 min.

CAS DES GROUPES BRIEFÉ.E.S DEUX FOIS

Certain.e.s étudiant.e.s de B•COM reçoivent deux vidéo-briefs et notes de cadrage distincts, produits par deux binômes MSDI 2 différents. Ils.elles choisissent librement l'orientation stratégique qu'ils.elles décident de suivre — et assument ce choix face aux deux débriefs.

MANAGER

Mais ça veut dire quoi « manager » ?

1 Prendre et comprendre le brief

L'annonceur briefe MSDI 2 et B•COM simultanément. Ce n'est pas une excuse pour faire moins bien : la valeur ajoutée doit être visible. On prend des notes précises, on prépare ses questions, on capte tout : le ton, les contraintes implicites, ce qui compte vraiment pour le client.

Une fois la visio terminée, on n'a plus accès à l'annonceur. On devient son représentant auprès de l'agence : comme un directeur de clientèle, on incarne le client. Si on n'est pas capables de répondre à toutes les questions sur le brief comme si on était l'annonceur, c'est qu'on n'a pas assez travaillé l'écoute.

2 Produire la vidéo-brief et la note de cadrage 1

On a 4 heures. C'est court. C'est voulu. La vidéo-brief (10 min max) n'est pas un résumé du brief client : c'est notre interprétation stratégique. On prend position, on choisit un angle, on donne des orientations claires. La note de cadrage 1 accompagne la vidéo — c'est le seul document de référence que les B•COM auront pour travailler toute la semaine sans nous.

Tout doit être envoyé avant la fin du vendredi : au jury ET à l'agence B•COM assignée.

3 Zéro contact durant la semaine — la note de cadrage fait le job

Du samedi au mercredi, les B•COM travaillent seul.e.s. On n'intervient pas, on ne répond pas, on n'aide pas. Ce n'est pas un manque de management : c'est précisément ce qui donne du sens à la note de cadrage.

Cette contrainte évalue la capacité à anticiper : un.e bon.ne manager ne court pas après ses équipes toute la semaine parce qu'il.elle a bien cadré en amont.

4 Observer les présentations pour préparer le débrief

Le jeudi matin, on assiste aux présentations des B•COM. On ne parle pas, on n'intervient pas. On observe. Dès que le groupe a fini, l'heure de préparation commence : on analyse, on confronte avec le brief d'origine, on structure le débrief.

On n'improvise pas un débrief. On le prépare comme une réunion de management : messages clés identifiés, posture définie, note de cadrage 2 rédigée.

5 Savoir débrief

Le débrief dure 20 minutes, devant jury, en présentiel. C'est le moment d'évaluation le plus exigeant de l'épreuve. On adopte une posture de manager, pas de correcteur. On ne refait pas la recommandation. On analyse, on argumente, on donne des orientations constructives.

Bienveillance ne signifie pas complaisance : on dit ce qui n'a pas fonctionné, avec les mots justes, avec une intention de progrès.

LIVRABLES

Les livrables officiels

Livrable 1 — La vidéo-brief (A6)

Format	Vidéo, 10 minutes maximum.
Remise	Vendredi avant 18h — au jury + à l'agence B•COM assignée.
Contenu attendu	Synthèse stratégique du brief, interprétation, orientations prioritaires, contraintes clés.
Ce qu'on évalue	Qualité de compréhension du brief, pertinence des choix stratégiques, clarté du discours, posture managériale.

La vidéo-brief, c'est le premier livrable évalué. Le jury la regarde avant le jeudi. Si elle est floue, contradictoire ou superficielle, l'agence en pâtit — et on en assume la responsabilité.

Livrable 1 — La note de cadrage 1 (A6)

La note de cadrage 1 accompagne la vidéo-brief. Elle constitue le seul document de référence des B•COM pendant toute la semaine de travail. Livrable officiel archivé par le certificateur.

STRUCTURE DE LA NOTE DE CADRAGE 1

1. Rappel du contexte et de la mission — présentation de l'annonceur, périmètre, mission confiée.
2. Problématique-client et objectifs — enjeux, objectifs attendus, KPIs de référence.
3. Périmètre de réflexion — axes prioritaires, contraintes (budget, cibles, ton, valeurs, RSE), ce qui est hors-sujet.
4. Livrables attendus — nature, format, niveau de détail, critères d'évaluation annoncés.
5. Planning de travail — deadlines recommandées sur la semaine.
6. Synthèse du brief — les guidelines auxquelles se fier en cas de doute.
7. Répartition des rôles — en fonction de la fiche-agence rendue par la team.

1 page A4, 2 maximum.

Livrable 2 — La note de cadrage 2 + débrief oral (A7 / A8)

Préparée pendant l'heure qui suit la présentation du groupe B•COM assigné. Elle structure le débrief oral et sera archivée par le certificateur.

STRUCTURE DE LA NOTE DE CADRAGE 2

1. Rappel du cadre initial — objectifs du brief, livrables attendus, points de vigilance annoncés.
2. Analyse de la prestation orale — points forts, limites observés (factuel, argumenté, sans jugement personnel).
3. Analyse de la proposition — cohérence analyse/idées/propositions, écarts avec les attentes.
4. Structure du débrief oral — messages clés, posture, intention, message final.

1 page A4, 2 maximum.

ÉVALUATION

Ce que le KA•BRIEF valide

Bloc	Domaine	Compétences évaluées
Bloc 3	BC3 A.6	Cadrage de la réalisation des actions : vidéo-brief + note de cadrage 1.
Bloc 3	BC3 A.7	Management des parties prenantes : pilotage à distance, observation des présentations.
Bloc 3	BC3 A.8	Évaluation et décision de réorientation : débrief oral + note de cadrage 2.

VALIDATION — BLOC 3

Le KA•BRIEF a lieu en février. Il permet la validation du Bloc 3 dans sa totalité : BC3 A.6, BC3 A.7 et BC3 A.8.

CONSEILS

Ce qui fait la différence

- 01** **Travaille le brief comme si tu étais l'annonceur**
Une fois la visio terminée, il n'y a plus d'accès au client. La qualité de ta prise de notes et de ta compréhension des enjeux implicites détermine tout ce qui suit. Tout ce que l'agence produira, elle le produira à partir de ton interprétation.
- 02** **La vidéo-brief est un acte stratégique, pas un compte-rendu**
Le jury évalue ton angle, tes choix, ta prise de position. Une vidéo qui se contente de restituer le brief sans l'interpréter n'a aucune valeur ajoutée. Prends position, argumente, oriente — c'est exactement ce que ferait un directeur de clientèle.
- 03** **La note de cadrage doit fonctionner sans toi**
Tu n'auras aucun contact avec l'agence pendant toute la semaine. La note de cadrage est ton seul représentant. Si elle est vague, incomplète ou mal structurée, l'agence dérive — et tu en assumes la responsabilité lors du débrief.
- 04** **Observe sans intervenir — et prends des notes**
Le jeudi matin, tu es là pour apprendre, pas pour juger en temps réel. Prends des notes précises sur ce que tu vois : ce qui fonctionne, ce qui manque, les écarts avec ton brief. C'est ce matériau qui nourrit ta note de cadrage 2 et ton débrief.
- 05** **Adopte une posture de manager, pas de correcteur**
Le débrief n'est pas une correction de copie. Tu n'es pas là pour pointer les erreurs mais pour faire progresser. Chaque critique doit être accompagnée d'une orientation concrète. Le jury évalue autant ta posture que le fond de ton analyse.
- 06** **Rédige la note de cadrage 2 pendant l'heure de préparation**
Cette heure n'est pas faite pour improviser des remarques. Elle sert à structurer un débrief construit : messages hiérarchisés, posture définie, ouverture préparée. Un débrief sans note de cadrage 2 rédigée est presque toujours un débrief décousu.