

## SYLLABUS OFFICIEL

# Examen Meta DMA 100-101

Meta Certified

Digital Marketing Associate (100-101)

Certification : Meta Certified Digital Marketing Associate (100-101)

Niveau : Associate / Entry-level | Public : Marketers digitaux / Social Media Managers /  
Community Managers

# 1. Présentation de la certification

L'examen **Meta Certified Digital Marketing Associate (100-101)**, délivré par **Meta** via le programme **Meta Blueprint**, valide les compétences **foundational-level** en marketing digital sur l'écosystème Meta. La certification valide la capacité à créer, gérer et mesurer des campagnes publicitaires sur **Facebook, Instagram, Messenger** et **WhatsApp**.

L'examen évalue 6 compétences clés : identifier les plateformes Meta, communiquer leur value proposition, établir une présence commerciale, créer des campagnes alignées aux objectifs business, appliquer les best practices créatives mobile, et lire les rapports de performance. C'est la **1<sup>er</sup> marche** du parcours Meta Blueprint, qui mène ensuite aux certifications **Media Buying Professional** et **Media Planning Professional**. Note : **OpenCertif est Pearson VUE Authorized Test Center** et peut héberger l'examen.

## Informations clés

<b>Code de l'examen</b>	<b>100-101</b>
<b>Intitulé officiel</b>	Meta Certified Digital Marketing Associate
<b>Certification obtenue</b>	Meta Certified Digital Marketing Associate
<b>Éditeur officiel</b>	Meta Platforms Inc. (Meta Blueprint)
<b>Centre de test</b>	<b>Pearson VUE</b> (PVTC ou OnVUE online proctored) — OpenCertif est Pearson VUE Authorized Test Center
<b>Niveau</b>	Associate / <b>Entry-level</b> (foundational digital marketing)
<b>Format de l'examen</b>	QCM (questions à choix multiples) + multi-réponses
<b>Durée de l'examen</b>	<b>90 minutes</b>
<b>Nombre de questions</b>	Environ 45 à 50 questions
<b>Score requis</b>	<b>67 %</b> (700 / 1000 environ)
<b>Tarif</b>	<b>99 USD</b> (tarif Meta Blueprint officiel)
<b>Langue de l'examen</b>	Anglais (langue officielle), Japonais
<b>Validité de la certification</b>	<b>24 mois</b> (2 ans) — renouvellement requis par retake

<b>Prérequis académique</b>	Aucun
<b>Plateformes couvertes</b>	<b>Facebook, Instagram, Messenger, WhatsApp Business</b>
<b>Outils évalués</b>	<b>Ads Manager, Meta Business Suite, Business Manager, Meta Pixel</b>
<b>Badge numérique</b>	Badge officiel délivré via <b>Credly</b> après réussite
<b>Position dans le parcours Meta</b>	<b>1<sup>er</sup> marche</b> du parcours Meta Blueprint — entry point
<b>Suite logique</b>	Après DMA : <b>Media Buying Professional</b> (200-101), <b>Media Planning Professional</b> (300-101), <b>Marketing Science Professional</b>
<b>Politique de reprise</b>	Délai d'attente avant reprise selon politique Meta Blueprint / Pearson VUE

## 2. Profil du candidat

En tant que candidat à l'examen Meta DMA 100-101, vous développez et validez des compétences fondamentales en marketing digital sur les plateformes Meta. Vous êtes capable de :

- Identifier les **différentes plateformes Meta** : Facebook, Instagram, Messenger, WhatsApp.
- Comprendre les **différences** entre les plateformes et leurs audiences.
- Communiquer la **value proposition** des technologies Meta aux entreprises.
- Identifier comment Meta peut **aider les business** à atteindre leurs objectifs.
- Mettre en place une **Page Facebook** pour une entreprise.
- Créer et configurer un **compte Instagram Business**.
- Configurer un **compte WhatsApp Business**.
- Utiliser **Messenger** pour la communication client.
- Mettre en place un **Meta Business Manager** et gérer les rôles.
- Configurer un **compte publicitaire** (Ads Account).
- **Aligner** les campagnes publicitaires sur les **objectifs business**.
- Comprendre les **3 catégories d'objectifs** : Awareness, Consideration, Conversion.
- Créer des **campagnes, ad sets et ads** dans Ads Manager.
- Comprendre la **structure de la campagne Meta** (campaign → ad set → ad).
- Mettre en place le **ciblage d'audience** : Core, Custom, Lookalike Audiences.
- Comprendre et configurer le **Meta Pixel** sur un site web.
- Créer des **Custom Audiences** à partir de visiteurs site, customer list, app activity.
- Appliquer les **best practices créatives mobile** : ratios, formats, durées.
- Lire et interpréter les **rapports de performance** publicitaire.
- Comprendre les métriques clés : reach, impressions, CTR, CPC, CPM, ROAS.
- Différencier **reach vs impressions**.

L'examen évalue spécifiquement les 6 familles de compétences suivantes :

- Identifier les plateformes Meta et leurs usages business.
- Communiquer la value proposition des technologies Meta.
- Établir et configurer une présence commerciale.
- Créer des campagnes publicitaires alignées aux objectifs business.
- Appliquer les best practices créatives mobile.
- Lire et interpréter les rapports de performance.

## 3. Prérequis et public cible OpenCertif

Aucun prérequis académique formel n'est exigé. Meta recommande toutefois :

- Aucun prérequis académique formel.
- **Familiarité de base** avec Facebook, Instagram (compte personnel suffisant).
- Notions de **marketing digital** et marketing fondamentaux.

- Accès aux cours **Meta Blueprint** gratuits (en ligne).
- Accès à un **compte Ads Manager** pour pratique (gratuit à créer).
- Accès à un site web ou Meta Pixel pour pratique (optionnel mais recommandé).
- Anglais niveau scolaire suffisant (l'examen est en anglais).
- Accès aux ressources OpenCertif : cours préparatoires et tests blancs.

## Public cible OpenCertif

- **Professionnels du marketing digital** débutants ou intermédiaires.
- **Social Media Managers** et **Community Managers**.
- Marketers en transition vers les **plateformes Meta**.
- **Étudiants** en marketing, communication, BTS Communication, DUT TC.
- **Stagiaires et alternants** en agence ou en entreprise.
- **Entrepreneurs** et responsables de petites entreprises (TPE / PME).
- Profils en **reconversion** vers le marketing digital.
- Freelancers en social media et marketing.
- **Account managers** en agence publicitaire.
- Acteurs de l'**e-commerce** gérant leurs propres ads Meta.
- Profils **RH et internal comms** utilisant Meta pour le employer branding.
- Candidats vers les certifications avancées Meta : **Media Buying Professional**.

## 4. Domaines de compétences mesurées

L'examen est structuré autour de 6 grands domaines de compétences. Le tableau ci-dessous indique le poids relatif de chaque domaine dans l'évaluation finale (version 2026 — aligné sur blueprint Meta Blueprint 100-101). Les pondérations sont des estimations issues du guide officiel Unity / Certiport.

Domaine	Intitulé	Pondération
1	Identifier les plateformes Meta	15 %
2	Communiquer la valeur des technologies Meta	15 %
3	Établir et configurer une présence commerciale	20 %
4	Créer des campagnes publicitaires	25 %
5	Best practices créatives mobile	10 %
6	Lire et interpréter les rapports de performance	15 %

*Remarque : l'examen UCU Programmer dure environ 50 minutes pour 40 questions, soit environ 1 minute 15 par question. La gestion du temps est essentielle. Le score requis pour valider est de **500 sur 700** (sur une échelle officielle Unity de 200 à 700 points).*

## 5. Détail des compétences mesurées

Cette section détaille de manière exhaustive l'ensemble des compétences couvertes par l'examen Meta DMA 100-101, en s'appuyant sur les Objective Domains publiés par Certiport et Unity Technologies (version 2026 — aligné sur blueprint Meta Blueprint 100-101).

### 1 Identifier les plateformes Meta

15 %

#### 1.1 Family of apps Meta

- ▶ **Facebook** : réseau social principal, profil personnel et Pages business.
- ▶ **Instagram** : plateforme visuelle (photo, video), feed, Stories, Reels.
- ▶ **Messenger** : messagerie intégrée Facebook + apps.
- ▶ **WhatsApp** : messagerie mondiale, dont WhatsApp Business pour les entreprises.
- ▶ **Threads** (notions) : alternative micro-blogging.
- ▶ Différences d'audiences entre plateformes : démographie, comportements.

## 1.2 Surfaces publicitaires

- ▶ **Facebook Feed**, Stories, Marketplace, Right Column, Video Feeds.
- ▶ **Instagram Feed**, Stories, Reels, Explore, Shop.
- ▶ **Messenger Stories**, Inbox, Sponsored Messages.
- ▶ **Audience Network** : extension hors apps Meta.

## 1.3 Reach des plateformes

- ▶ Milliards d'utilisateurs actifs mensuels (MAU).
- ▶ Audiences globales et locales.
- ▶ Audience demographics par plateforme.

# 2 Communiquer la valeur des technologies Meta

15 %

## 2.1 Value proposition pour business

- ▶ **Brand awareness** et notoriété.
- ▶ **Engagement** communautaire et fidélisation.
- ▶ **Acquisition** de nouveaux clients.
- ▶ **Conversion** et ventes en ligne.
- ▶ **Local awareness** pour business physiques.

## 2.2 Cas d'usage par taille d'entreprise

- ▶ **TPE / petites entreprises** : boost posts, ads simples, Pages locales.
- ▶ **PME** : campagnes structurées, retargeting, e-commerce.
- ▶ **Grandes entreprises** : campagnes brand, vidéo premium, cross-canal.
- ▶ **Agences** : multi-clients, reporting consolidé.

## 2.3 Avantages clés

- ▶ **Ciblage précis** par centres d'intérêts, démographie, comportements.
- ▶ **Cross-platform** : une seule plateforme pour 4 apps.
- ▶ **Scalabilité** : du local au global.
- ▶ **Mesurabilité** : tracking précis via Meta Pixel.
- ▶ **Créativité** : multiples formats (image, video, carousel, collection, Reels).

# 3 Établir et configurer une présence commerciale

20 %

### 3.1 Pages Facebook

- ▶ Créer une **Page Facebook** business.
- ▶ Catégories de Page (Local Business, Brand, Public Figure, etc.).
- ▶ Cover photo, profile picture, About section.
- ▶ Call-to-action (CTA) buttons.
- ▶ Page roles : Admin, Editor, Moderator, Advertiser, Analyst.
- ▶ **Posts** et best practices.
- ▶ **Insights** de Page : reach, engagement, audience.

### 3.2 Instagram Business

- ▶ Convertir un compte personnel en **Instagram Business** ou Creator.
- ▶ Liaison à une Page Facebook.
- ▶ Profile bio, link in bio, contact info.
- ▶ **Instagram Shopping** et product catalogs.
- ▶ Instagram **Insights**.

### 3.3 WhatsApp Business

- ▶ Compte **WhatsApp Business** (app gratuite ou API).
- ▶ Profile business : description, address, hours, catalog.
- ▶ **Quick replies, labels, automated messages**.
- ▶ Click-to-WhatsApp ads.

### 3.4 Meta Business Manager / Business Suite

- ▶ **Meta Business Suite** : interface unifiée Facebook + Instagram.
- ▶ **Business Manager** : gestion multi-comptes pour agences et grandes entreprises.
- ▶ Ajouter des people, partners, accounts.
- ▶ Rôles et permissions granulaires.
- ▶ Two-Factor Authentication (2FA) recommandée.

### 3.5 Compte publicitaire (Ads Account)

- ▶ Créer un **ad account** dans Business Manager.
- ▶ Méthodes de paiement : carte de crédit, débit, PayPal selon région.
- ▶ Currency et timezone.
- ▶ Billing thresholds et factures.
- ▶ Limits de spending.

### 3.6 Meta Pixel et Conversions API

- ▶ Installer le **Meta Pixel** sur un site web.
- ▶ Events standard : PageView, Purchase, Lead, AddToCart, etc.
- ▶ Custom events.
- ▶ **Conversions API (CAPI)** : tracking server-side complémentaire.
- ▶ Aggregated Event Measurement (AEM) post iOS 14.5.

## 4 Créer des campagnes publicitaires

25 %

### 4.1 Structure de campagne Meta

- ▶ Hiérarchie : **Campaign** → **Ad Set** → **Ad**.
- ▶ **Campaign** : objectif business + budget.
- ▶ **Ad Set** : audience, placements, schedule, budget, optimisation.
- ▶ **Ad** : créatif (image, video, texte, CTA).

### 4.2 Objectifs de campagne (ODAX)

- ▶ **Awareness** : Reach, Brand Awareness, Video Views.
- ▶ **Traffic** : envoyer du trafic vers un site, app, Messenger.
- ▶ **Engagement** : likes, comments, shares, post engagement.
- ▶ **Leads** : génération de leads via Lead Forms.
- ▶ **App Promotion** : installations et engagement app.
- ▶ **Sales** : conversions et ventes (avec Meta Pixel).

### 4.3 Ciblage d'audience

- ▶ **Core Audiences** : démographie, location, interests, behaviors.
- ▶ **Custom Audiences** : website visitors, customer list, app activity, Facebook engagement.
- ▶ **Lookalike Audiences** : audience similaire basée sur source.
- ▶ **Detailed targeting** : interests, demographics, behaviors.
- ▶ **Saved Audiences**.
- ▶ **Advantage+ Audience** : ciblage AI optimisé (recommandation 2024+).

### 4.4 Placements

- ▶ **Automatic Placements** (recommandé par Meta).
- ▶ **Manual Placements** : Facebook Feed, Instagram Feed, Stories, Reels, Marketplace, Messenger, Audience Network.
- ▶ Placement par device : mobile vs desktop.

### 4.5 Budget et planning

- ▶ **Daily budget** vs **Lifetime budget**.
- ▶ **Campaign Budget Optimization (CBO)** vs Ad Set budgets.
- ▶ Schedule : run continuously vs schedule.
- ▶ Bid strategies : Lowest Cost, Cost Cap, Bid Cap, Minimum ROAS.

## 4.6 Formats publicitaires

- ▶ **Image ads** single.
- ▶ **Video ads**.
- ▶ **Carousel ads** : 2 à 10 images / videos.
- ▶ **Collection ads** : showcase produits.
- ▶ **Instant Experience** (anciennement Canvas).
- ▶ **Stories ads** et **Reels ads**.

# 5 Best practices créatives mobile

**10 %**

## 5.1 Mobile-first creative

- ▶ **Vertical format** (9:16) pour Stories et Reels.
- ▶ **Square format** (1:1) pour Feed.
- ▶ **Vertical 4:5** pour Feed maximise screen real estate.
- ▶ Image specs et résolutions.
- ▶ Video specs : 15-60 secondes max pour Stories.

## 5.2 Capter l'attention

- ▶ **3 premières secondes critiques** en vidéo.
- ▶ Mouvement et changements visuels.
- ▶ Texte visible dans les premières secondes.
- ▶ **Sound-on vs sound-off** : la majorité regarde sans son.
- ▶ Captions et sous-titres recommandés.

## 5.3 Best practices texte

- ▶ Texte court et impactful.
- ▶ Règle des **20 % de texte sur image** (recommandation, plus une règle stricte).
- ▶ CTA clair.
- ▶ Voix de la marque cohérente.

## 5.4 Tests A/B

- ▶ **Split tests** : tester audience, placement, creative, optimization, delivery type.
- ▶ Tester une variable à la fois.
- ▶ Statistical significance.

## 5.5 Créatifs et brand safety

- ▶ Respect des **Advertising Standards** Meta.
- ▶ Catégories spéciales (Special Ad Categories) : Housing, Employment, Credit, Politics.
- ▶ Brand safety controls.

## 6 Lire et interpréter les rapports de performance

15 %

### 6.1 Ads Manager reporting

- ▶ Vue Campaigns, Ad Sets, Ads.
- ▶ Date range customizable.
- ▶ Columns customization : performance, engagement, conversions, etc.
- ▶ Breakdowns : age, gender, placement, device, country.
- ▶ Export Excel / CSV.

### 6.2 Métriques clés

- ▶ **Reach** : nombre de personnes uniques ayant vu l'ad.
- ▶ **Impressions** : nombre de fois l'ad a été affichée.
- ▶ **Frequency** = Impressions / Reach.
- ▶ **CPM** (Cost per Mille) : coût pour 1000 impressions.
- ▶ **CPC** (Cost per Click).
- ▶ **CTR** (Click-Through Rate) = Clicks / Impressions.
- ▶ **Conversion Rate**.
- ▶ **ROAS** (Return on Ad Spend) = Revenue / Spend.
- ▶ **CPA** (Cost per Action / Acquisition).

### 6.3 Métriques par objectif

- ▶ Awareness : Reach, Impressions, Frequency, Video Views.
- ▶ Engagement : Post Engagements, Page Likes, Comments, Shares.
- ▶ Traffic : Link Clicks, Landing Page Views.
- ▶ Leads : Leads (form submissions).
- ▶ Sales / Conversions : Purchases, Revenue, ROAS.

### 6.4 Attribution

- ▶ Attribution windows : 1-day click, 7-day click, 28-day click + view.
- ▶ **iOS 14.5+** changes et SKAdNetwork.
- ▶ Aggregated Event Measurement (AEM).
- ▶ View-through vs click-through conversions.

### 6.5 Optimisation continue

- ▶ Identifier les top performers et bottom performers.
- ▶ Pause / duplicate / edit ads selon perf.
- ▶ **Learning Phase** : 50 events / 7 days pour sortir.
- ▶ Eviter de modifier trop souvent (reset Learning Phase).
- ▶ **Diagnostic tools** dans Ads Manager.

## 6. Modalités pédagogiques OpenCertif

OpenCertif accompagne les candidats au Meta DMA 100-101 à travers un parcours blended-learning complet, combinant ressources e-learning interactives, projets pratiques en Meta Business Suite, Ads Manager, Facebook, Instagram, Messenger, WhatsApp, Meta Pixel et campagnes publicitaires et accompagnement tutoré.

### Format de la formation

<b>Durée recommandée</b>	<b>40 à 60 heures de préparation</b> recommandées. OpenCertif structure ce parcours sur 30 à 40 heures de formation tutorée via les cours Meta Blueprint officiels complétées par 20 à 30 heures de pratique sur Ads Manager et tests blancs
<b>Modalité</b>	100 % distanciel asynchrone, ou blended (distanciel + classes virtuelles)
<b>Support pédagogique</b>	Unity Certified User Courseware officiel (GMetrix) + ressources OpenCertif (modules Rise 360, scénarios immersifs)
<b>Plateforme LMS</b>	Imsopecertif.fr (Moodle) — accès 24/7 pendant 12 mois
<b>Encadrement</b>	Tutorat asynchrone par expert Unity certifié + classes virtuelles bimensuelles
<b>Pratique requise</b>	Au moins 150 heures de pratique Unity (recommandation officielle Unity Technologies)
<b>Évaluations</b>	Quiz formatifs par module, 3 projets pratiques Unity, examens blancs CertPREP
<b>Certification finale</b>	Passage de l'examen Meta DMA 100-101 en centre OpenCertif (CATC Certiport)

### Parcours d'apprentissage proposé

- **Module 1** : Écosystème Meta : Facebook, Instagram, Messenger, WhatsApp.
- **Module 2** : Surfaces publicitaires et audiences par plateforme.
- **Module 3** : Value proposition Meta pour business.
- **Module 4** : Cas d'usage par taille d'entreprise.
- **Module 5** : Création et gestion d'une Page Facebook.
- **Module 6** : Configuration d'un compte Instagram Business.
- **Module 7** : WhatsApp Business et Messenger.
- **Module 8** : Meta Business Suite et Business Manager.

- **Module 9** : Configuration d'un compte publicitaire.
- **Module 10** : Meta Pixel : installation et events.
- **Module 11** : Conversions API (CAPI).
- **Module 12** : Structure de campagne : Campaign / Ad Set / Ad.
- **Module 13** : Objectifs ODAX : Awareness, Traffic, Engagement, Leads, App, Sales.
- **Module 14** : Ciblage : Core, Custom, Lookalike Audiences.
- **Module 15** : Advantage+ et AI-driven targeting.
- **Module 16** : Placements automatiques et manuels.
- **Module 17** : Budgets et bid strategies.
- **Module 18** : Formats publicitaires : image, video, carousel, collection.
- **Module 19** : Stories et Reels ads.
- **Module 20** : Best practices créatives mobile-first.
- **Module 21** : A/B testing et split tests.
- **Module 22** : Ads Manager reporting : columns, breakdowns.
- **Module 23** : Métriques clés : Reach, Impressions, CTR, CPC, ROAS.
- **Module 24** : Attribution et impact iOS 14.5+.
- **Module 25** : Optimisation continue et Learning Phase.
- **Module 26** : Examen blanc Meta Blueprint.

## 7. Ressources d'étude officielles

En complément du parcours OpenCertif, les ressources officielles Unity Technologies et Certiport suivantes sont fortement recommandées :

- Page officielle Meta Blueprint : **facebook.com / business / learn**.
- Page officielle de l'examen 100-101 : **facebook.com / business / learn / certification / exams / 100-101-exam**.
- **Meta Blueprint courses** (gratuits) : facebookblueprint.com.
- Page officielle OpenCertif : opencertif.fr / meta-1.
- **Meta Business Help Center** : facebook.com / business / help.
- **Meta for Business Blog** : facebook.com / business / news.
- Chaîne YouTube **Meta for Developers** et **Meta for Business**.
- Communauté LinkedIn : Meta Blueprint groups et hashtags.
- **Udemy, Coursera** : cours préparatoires (Meta Social Media Marketing Professional Certificate sur Coursera).
- **Cert Empire, Genuine Prep Academy** : examens blancs (à utiliser avec prudence).
- Page de réservation : **home.pearsonvue.com** (selectionner Meta Blueprint).
- Badge officiel délivré via **Credly** (credly.com / org / facebook-blueprint).
- Suite : certifications avancées Meta Blueprint (Media Buying / Planning Professional).

## 8. Modalités de passage de l'examen

<b>Inscription</b>	Via OpenCertif ou directement auprès d'un centre Certiport
<b>Centre d'examen</b>	OpenCertif — Centre Certiport Authorized Testing Center (CATC) / Pearson VUE
<b>Mode de passage</b>	En centre uniquement (Unity n'autorise pas l'examen OnVUE à distance pour les certifications UCU — présence sur site requise)
<b>Pièce d'identité</b>	1 pièce d'identité avec photo obligatoire le jour de l'examen (pour les mineurs : autorisation parentale et CNI / passeport)
<b>Aménagements</b>	Demande possible auprès de Certiport (temps additionnel, assistance technique)
<b>Résultat</b>	Score communiqué immédiatement à la fin de l'examen (échelle 200-700, seuil de réussite 500)

<b>Validité de la certification</b>	3 ans à partir de la date de réussite — attribuée une seule fois (stackable, pas de renouvellement payant requis)
<b>Politique de reprise</b>	Délai d'attente de 24 heures avant la 1re reprise. Voucher retake à utiliser sous 60 jours après l'échec.
<b>Badge numérique</b>	Badge officiel délivré via Credly et intégrable à LinkedIn, CV, portfolio, sites de recrutement

## 9. Contact et inscription

Pour toute information complémentaire, demande de devis ou inscription à la formation préparatoire au Meta DMA 100-101, l'équipe OpenCertif reste à votre disposition. OpenCertif est un Centre Certiport Authorized Testing Center (CATC) habilité à délivrer les certifications Unity Certified User.



## 10. Mentions légales et version

Ce syllabus est établi par OpenCertif sur la base des Objective Domains officiels publiés par Certiport pour la certification Meta DMA 100-101, dans sa version applicable (version 2026 — aligné sur blueprint Meta Blueprint 100-101). Les compétences mesurées, les pondérations et les objectifs présentés reflètent fidèlement la structure de l'examen telle que publiée par Unity Technologies via Certiport.

Meta, Meta Blueprint, le logo Meta, Facebook, Instagram, Messenger, WhatsApp, WhatsApp Business, Threads, Meta Business Suite, Meta Business Manager, Meta Ads Manager, Meta Pixel, Meta Audience Network, Meta Advantage+ et Reels sont des marques déposées de Meta Platforms Inc. (anciennement Facebook Inc.). Pearson VUE est une marque déposée de Pearson Education Inc. Credly est une marque déposée de Pearson Education Inc. Coursera est une marque déposée de Coursera Inc. Udemy est une marque déposée de Udemy Inc. iOS et SKAdNetwork sont des marques déposées d'Apple Inc. LinkedIn et Microsoft sont des marques déposées de leurs propriétaires respectifs.

OpenCertif n'est pas affilié à Unity Technologies. Ce document est fourni à titre informatif. Pour la version officielle et à jour des Objective Domains, consulter [certiport.pearsonvue.com/Certifications/Unity](https://certiport.pearsonvue.com/Certifications/Unity) et [unity.com/products/unity-certifications](https://unity.com/products/unity-certifications).

**Version du syllabus :** 2026.05 — Édition mai 2026

**Source officielle Certiport :** [certiport.pearsonvue.com/Certifications/Unity/Certified-User/Certify](https://certiport.pearsonvue.com/Certifications/Unity/Certified-User/Certify)

**Source officielle Unity :** [unity.com/products/unity-certifications/user-programmer](https://unity.com/products/unity-certifications/user-programmer)

**Page OpenCertif :** [opencertif.fr/unity-user-programmer](https://opencertif.fr/unity-user-programmer)