

FORMATION

CONCEPTEUR - DESIGNER UI



mandyben
formation

contact@mandyben.com - www.mandyben-formation.com

TITRE PROFESSIONNEL CONCEPTEUR DESIGNER UI CDUI

Formation certifiante

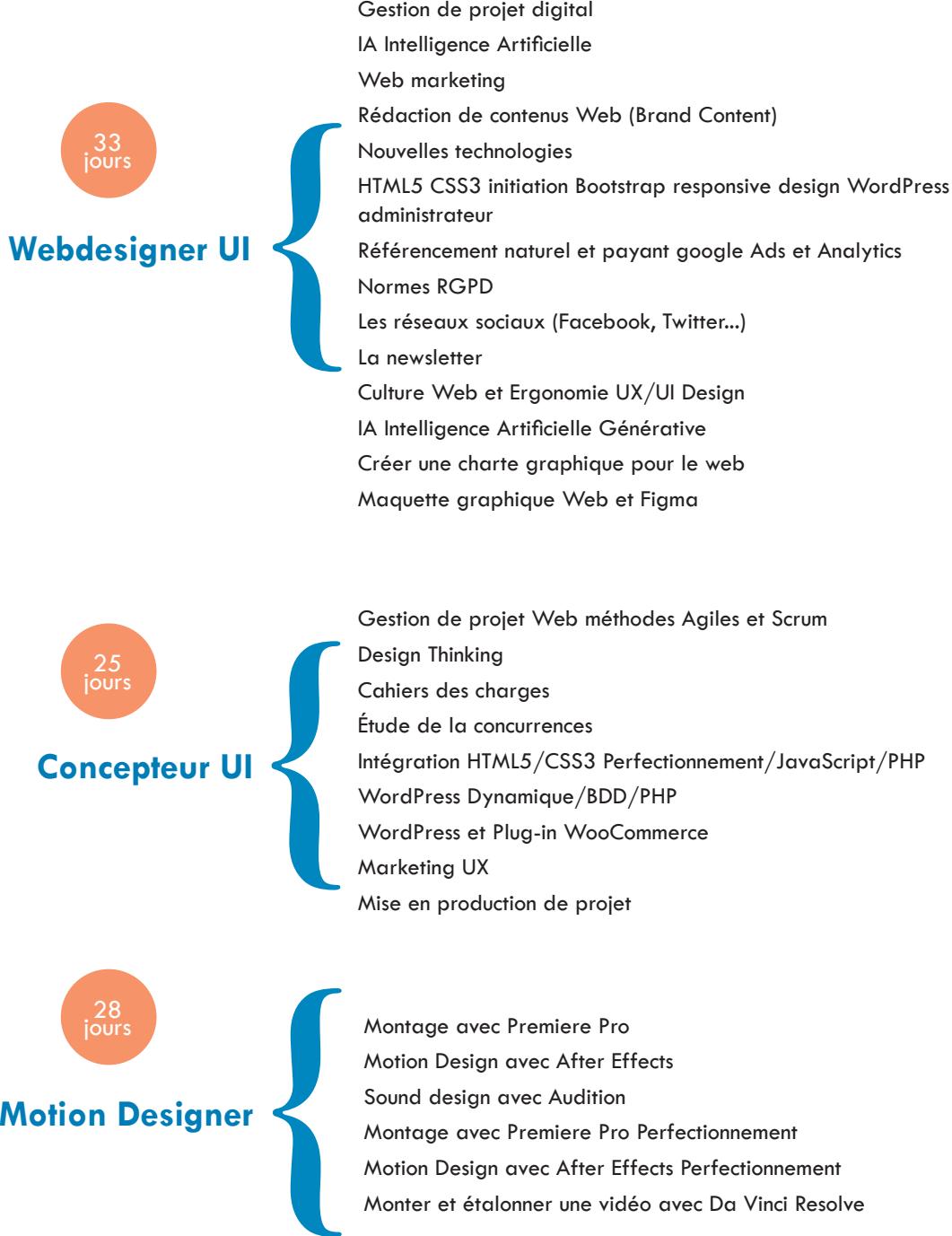
PUBLIC Graphistes, webdesigners, webmasters, développeurs, community managers, chefs de projet...

PRÉ-REQUIS Maîtriser l'informatique, l'infographie la conception visuelle

DURÉE 602 heures (86 jours)

OBJECTIFS La formation Concepteur Designer UI vous apportera les méthodes de conception et de production d'un projet multimédia de A à Z, élaborer des produits de communication, gérer un projet Web, gérer le référencement Web, utiliser des solutions E-commerce, concevoir et monter une vidéo, gérer la relation client....

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et certification



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

CONCEPTEUR DESIGNER UI

3 CCP (CERTIFICAT DE COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES)

CCP - CONTRIBUER À LA GESTION ET AU SUIVI D'UN PROJET DE COMMUNICATION NUMÉRIQUE

CCP - RÉALISER, AMÉLIORER ET ANIMER DES SITES WEB

CCP - CONCEVOIR LES ÉLÉMENS GRAPHIQUES D'UNE INTERFACE ET DE SUPPORTS DE COMMUNICATION

À l'issue de la formation le stagiaire saura :

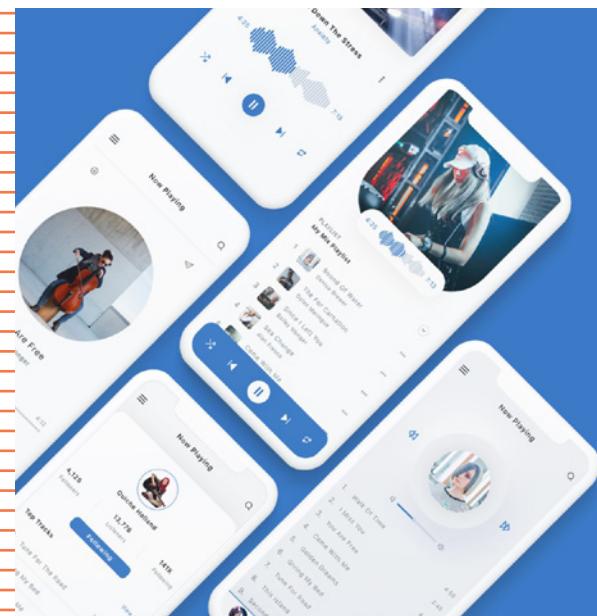
- Dialoguer avec les différents prestataires et intervenants
- Créer des supports de communication pour l'édition sur tous supports
- Élaborer des produits de communication multimédia
- Gérer un projet web et de créer ou suivre un cahier des charges
- Construire une architecture interactive multiplate-forme
- Respecter une charte graphique et créer un webdesign de qualité
- Effectuer le référencement du site afin d'optimiser sa diffusion et sa commercialisation
- Concevoir une campagne de communication sur les réseaux sociaux
- Réaliser un site web complexe
- Maîtriser la conception de site en HTML5, CSS3, JavaScript
- Utiliser des solutions e-commerce de type WordPress
- Comprendre la mise en place d'un site dynamique
- Maîtriser les bases de l'UX dans le marketing digital
- Monter une vidéo faire des effets spéciaux et de l'intégrer dans un site web

Cette formation vous permettra de viser ses différents secteurs d'activités :

Les agences de communication, publicité, marketing, web - Les services de la communication web publics ou privés - Les entreprises informatiques et les entreprises de service numérique (ESN) - Les entreprises du e-commerce - Les entreprises des industries graphiques

Type d'emplois accessibles :

Web designer - UI designer - Chargé de communication digitale - Chargé de veille technologique et stratégique - Web marketeur - Web réalisateur - Référencement - Intégrateur multimédia - Réalisateur multimédia - Infographiste 2D/3D - Concepteur intégrateur internet -Animateur 2D/3D - Designer d'interactivité - Assistant chef de projet multimédia - Lead UI designer - Concepteur multimédia - UX designer - Architecte d'information



N° RNCP 35634

Le titre professionnel est composé de 3 certificats de compétences professionnelles (CCP).

Il est accessible par capitalisation de certificats de compétences professionnelles (CCP) ou à la suite d'un parcours de formation et conformément aux dispositions prévues par l'arrêté du 9 mars 2006 relatif aux conditions de délivrance du titre professionnel du ministère chargé de l'emploi.

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum Moyens pédagogiques : 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning Modalités pédagogiques : Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle Modalités d'évaluation : Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

{ WEB DESIGNER UI - INITIATION }

OBJECTIF

- Acquérir les connaissances nécessaires à la mise en place et au suivi d'un projet de communication digital en utilisant les différents supports, réseaux sociaux, site web... Rédiger et mettre en ligne des contenus sur le web. Commercialiser une communication multisupport.
- Acquérir la culture du design web ; créer ou adapter une charte graphique pour le web
- Savoir utiliser l'intelligence artificielle et la génération d'image
- Comprendre l'influence de l'ergonomie sur le succès d'une application multimédia ; prendre en compte l'expérience utilisateur et le facteur humain
- Concevoir des wireframes pour applications mobiles et tablettes avec Figma pour le prototypage interactif

PROGRAMME

- Gestion de projet digital - 1 jour
- L'intelligence Artificielle - 1 jour
- Les bases du Web marketing - 1 jour
- Rédiger des contenus Web (Brand Content) - 1 jour
- Les nouvelles technologies - 1 jour
- HTML5 CSS3 initiation et Bootstrap - 5 jours dont 1 jour en blended learning
- WordPress Administration - 5 jours dont 1 jour en blended learning
- Référencement naturel et payant Google Ads et Analytics - 3 jours
- Le RGPD - 1 jour
- Les réseaux sociaux (Facebook, Twitter...) - 3 jours
- La newsletter - 1 jour
- Culture Web et Ergonomie UX/UI Design - 2 jours
- Intelligence Artificielle générative - 1 jour
- Créeer une maquette interactive avec Figma - 4 jours

33 jours

**231 heures
de formation
dont 2 jours en
Blended learning**

CONTENU DU DISPOSITIF ET MODALITÉS D'ENCADREMENT ET D'ASSISTANCE PÉDAGOGIQUE :

**Notre certification intègre un dispositif pédagogique
d'E-learning qui s'appuie sur :**

- La mise à disposition sur support analogique et/ou numérique des ressources nécessaires à la formation sur une plateforme de Blended Learning (alliant cours à distance, tutoriels, exercices et QCM en ligne avec Scoring)
- La vérification, la sécurité et la visibilité du temps passé par le bénéficiaire (compteur de temps de connexion), le scoring (résultats des QCM) et la possibilité d'éditer les statistiques.
- Une expérience supplémentaire en adéquation avec la formation en présentiel.
- Le relationnel via la plateforme avec le formateur pour répondre à toutes questions concernant les cours et révisions en ligne.
- Un accès de 2 mois sur notre plateforme de Blended Learning pour continuer à effectuer la totalité des cours et exercices en ligne.

**Le stagiaire dispose,
en plus
de la formation
en présentiel
d'un accès à notre
plateforme de
E-learning
pendant toute la durée
de la formation.**

GESTION DE PROJET WEB

PUBLIC Graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site...

PRÉ-REQUIS Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows)

DURÉE 14 heures (2 jours)

OBJECTIFS Ce programme de formation vous apportera la culture générale Web nécessaire pour élaborer votre projet, en diriger sa conception et son évolution, en sachant communiquer avec les différents intervenants

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et /ou certification

La concrétisation de votre projet Web passe nécessairement par son écriture à destination de différents publics : commerciaux techniques, responsables artistiques, responsables techniques... et sur différents types de documents : appels d'offres, mails de brief techniques et artistiques,

...

Le champ lexical peut être radicalement différent selon le type de communication et les destinataires.

DÉFINIR LES DIRECTIONS DE SON PROJET WEB

- Définir la finalité et le cœur de cible
- Évaluer les points clés du succès
- Benchmarker son marché et faire ressortir les nouveaux besoins, besoins mal satisfaits
- Analyses de sites existants

RÉDIGER LE CAHIER DES CHARGES

POUR « VERROILLER » LE PROJET

- Plan : les points indispensables
- Définir les aspects ergonomiques et visuels
- Etudier les choix techniques et décrire ses contraintes
- Prendre en compte l'environnement juridique
- Planifier les étapes et délimiter les budgets

APPELS D'OFFRES :

LANCER, SÉLECTIONNER ET VALIDER LES PRESTATAIRES

- Proposition commerciale, proposition concrète - apprendre à déchiffrer les offres commerciales
- Etude des coûts et de la cohérence globale dans les réponses formulées
- Construire son appel d'offre
- Etablir un budget prévisionnel, le cahier des charges et le planning de réalisation

PILOTER LE PROJET EN ENCADRANT UNE ÉQUIPE PLURIDISCIPLINAIRE

- Définir efficacement qui fait quoi selon les compétences respectives des équipes
- Apprendre à travailler avec les prestataires externes
- Formuler un brief fonctionnel
- Cadrer un sujet et formuler un besoin de manière limpide face à un profil technique
- Le mode itératif : avantages et difficultés

IDENTIFIER LES BONS INDICATEURS DE SUIVI

- Indicateurs pertinents, actions correctives
- Le coût réel du retard
- Mesurer le ROI

GÉNÉRER L'AUDIENCE DE SON SITE

- Trouver les leviers d'audience ciblée
- Informer et vendre en ligne
- Étudier les pratiques de référencement naturel et sponsorisé
- Mesurer les retours et observer les statistiques
- Créer les tableaux de bord et les systèmes de reporting

OPTIMISER L'ACTIVITÉ ON-LINE

- Taux de rebond et comportement de navigation
- Web-merchandising
- Partenariats corporate
- Veille concurrentielle

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

INITIATION À L'UTILISATION DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

PUBLIC Graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site...

PRÉ-REQUIS Bonne connaissance de l'environnement informatique

DURÉE 7 heures (1 jour)

OBJECTIFS Comprendre et utiliser l'intelligence artificielle

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et /ou certification

INTRODUCTION À L'IA ET À SES APPLICATIONS

- Qu'est-ce que l'IA et comment fonctionne-t-elle ?
- Le vocabulaire
- Quels sont les principaux domaines d'application de l'IA ?
- Les évolutions métiers
- Quels sont les enjeux éthiques et sociaux de l'IA ?
- Entre IA et réalité : Les outils de détections
- => (Fake, Paraphrase et SEO, Transformation d'image, Ecriture par IA...)

LE CHATBOT

- Qu'est-ce qu'un chatbot et comment interagir avec lui ?
- Présentation des principaux chatbots :
 - * Open Ai : Chat GPT 4o
 - * Anthropic : Claude
 - * Mistral :
 - * Google : Gemini
 - * Open Ai/microsoft : Copilot
- => Mises en pratique et comparatif sur des tâches simples

L'ART DU PROMPT

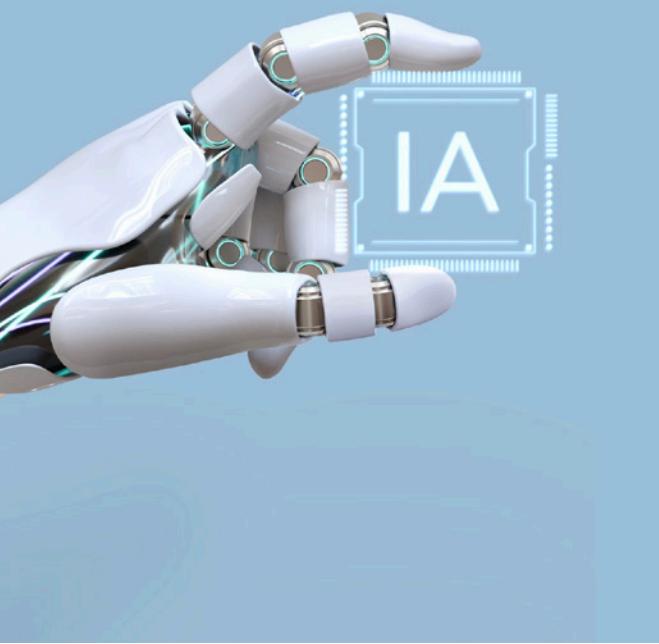
- Principe
- Technique de Prompt avancé
- => Mises en pratique sur des besoins métiers liés à des domaines

FONCTIONNALITÉS AVANCÉES CHAT GPT 4 (ACCÈS) - ANALYSE

- Retranscription de document papier
- Création de document (Excel, slide, Images ...)
- Code interpréter (Création de code, Html, Css, Javascript, Python, SQL...)*

LES GPTS

- Personnalisation de GPT 4
- Utiliser des GPTs existants
- Travailler des actions complexes sur plusieurs GPTs*
- Crée son GPTs personnalisé*
- Et aussi*
- Les IA génératives créatives (Images, Son, vidéo, voix, musique ...)



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

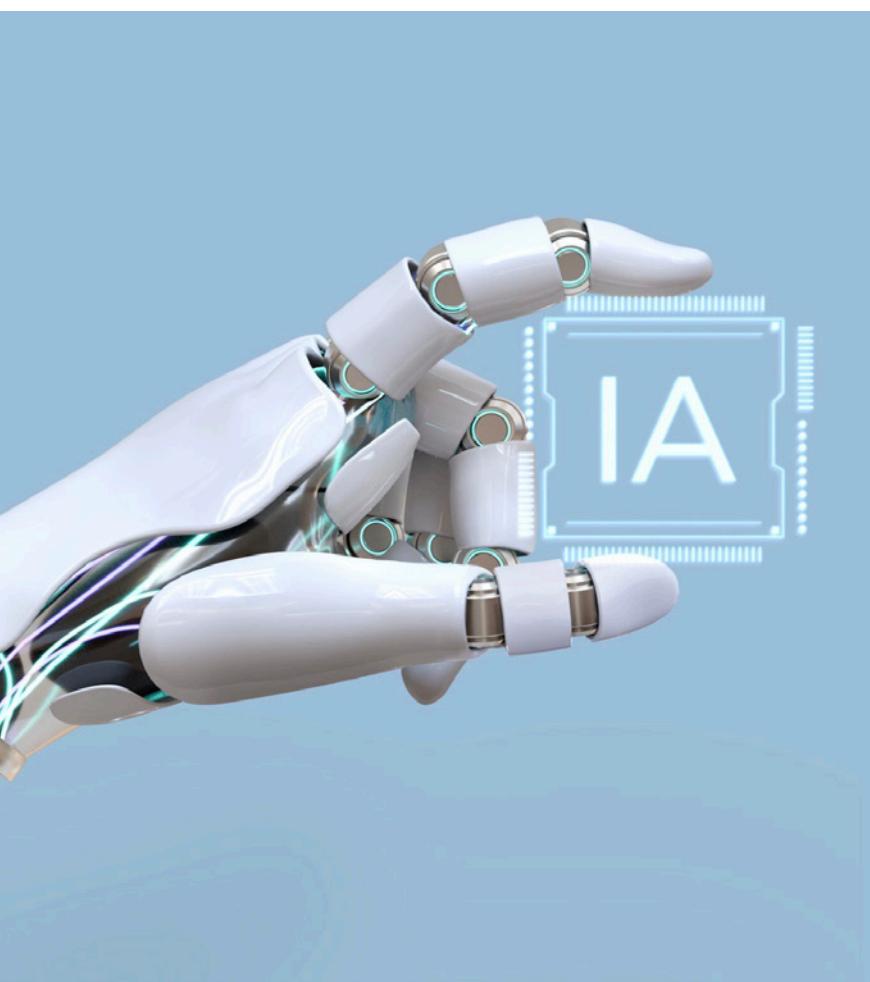
INITIATION À L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

■ TOUS NIVEAUX

Ce module vise à introduire l'intelligence artificielle (IA). Il aborde de façon succincte les bases de l'IA, les différents types d'IA, ainsi que les moyens d'intégrer l'IA dans différents contextes.

PROGRAMME

- L'IA c'est quoi ?
- * Les différents types d'IA
- * Comment intégrer l'IA?



PRÉREQUIS

Aucun

DURÉE

Environ 25 mn

PUBLIC CONCERNÉ

Tous publics

Sous-Titrages

Sans audio description ni sous-titrage

INTERVENANT

Disposant de plusieurs années d'expérience dans l'enseignement de cette discipline.

ACCESSEURITÉ

Formations en distanciel
accessibles aux personnes à mobilité réduite
Audiodescription et sous titrage
non disponibles.

■ Objectifs pédagogiques

- Comprendre les fondamentaux de l'intelligence artificielle (IA).
- Identifier les différents types d'IA et leurs applications.
- Acquérir des connaissances sur l'intégration de l'IA dans divers domaines.

■ Matériel nécessaire

- Disposer d'un ordinateur ou d'une tablette
- Une connexion Internet

■ Modalités d'évaluation des acquis

- Auto-évaluation sous forme de questionnaires. Exercices sous formes d'ateliers pratiques. Questionnaire de positionnement & Évaluation à chaud.

■ Moyens pédagogiques et techniques

- Accès au cours en ligne
- Cours théorique au format vidéo
- Accessible via un ordinateur ou une tablette Assistance par téléphone et/ou email

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum Moyens pédagogiques : 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning Modalités pédagogiques : Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle Modalités d'évaluation : Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

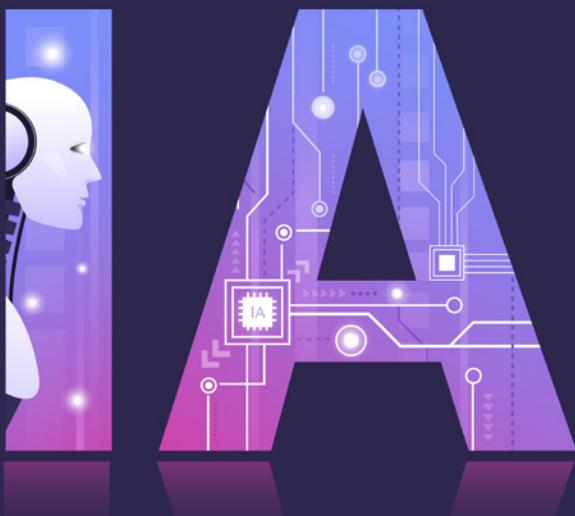
MAÎTRISEZ LES FONDATIONS DE GPT

■ TOUS NIVEAUX

Ce programme de formation offre une immersion complète dans le domaine de l'intelligence artificielle (IA) et de ses applications pratiques, notamment l'apprentissage automatique, l'apprentissage profond, les modèles de langage, et l'utilisation avancée de Chat GPT.

PROGRAMME

- **Module 1**
 - Immersion Générale dans l'Intelligence Artificielle
 - Plongée Dans l'Apprentissage Automatique
 - Les Méthodes d'Apprentissage Démystifiées
 - L'Ascension de l'Apprentissage Profond
 - Voyage au Coeur des Modèles de Langage
- **Module 2**
 - Introduction générale à ChatGPT
 - Débuts dans ChatGPT - Compréhension des bases
 - Utilisation des fonctionnalités avancées de ChatGPT
- **Module 3**
 - Introduction au Prompt Engineering
 - Les premières techniques de base de Prompt Engineering
 - Les techniques avancées de Prompt Engineering



PRÉREQUIS

Aucun

DURÉE

Environ 3h15

PUBLIC CONCERNÉ

Tous publics

Sous-Titrages

Sans audio description ni sous-titrage

INTERVENANT

Disposant de plusieurs années d'expérience dans l'enseignement de cette discipline.

ACCESSEURITÉ

Formations en distanciel
accessibles aux personnes à mobilité réduite
Audiodescription et sous titrage non disponibles.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les fondamentaux de l'intelligence artificielle (IA).
- Identifier les différents types d'IA et leurs applications.
- Acquérir des connaissances sur l'intégration de l'IA dans divers domaines.

Matériel nécessaire

- Disposer d'un ordinateur ou d'une tablette
- Une connexion Internet

Modalités d'évaluation des acquis

Modalités d'évaluation des acquis

- Auto-évaluation sous forme de questionnaires. Exercices sous formes d'ateliers pratiques. Questionnaire de positionnement & Évaluation à chaud.

Moyens pédagogiques et techniques

- Accès au cours en ligne
- Cours théorique au format vidéo
- Accessible via un ordinateur ou une tablette Assistance par téléphone et/ou email

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum Moyens pédagogiques : 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning Modalités pédagogiques : Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle Modalités d'évaluation : Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

MAÎTRISEZ TOUTES LES FONCTIONNALITÉS DE CHATGPT

■ TOUS NIVEAUX

Ce programme de formation offre une exploration approfondie de ChatGPT, couvrant ses fondamentaux, ses fonctionnalités avancées, son éthique, et l'introduction au Prompt Engineering.

PROGRAMME

INTRODUCTION GÉNÉRALE À CHATGPT ET INFORMATIONS IMPORTANTES LEXIQUE GÉNÉRAL DU MODULE 2

- Lexique général du module 2
- Vue d'ensemble de l'IA générative Éthique, responsabilités et limitations Les cas d'usage

DÉBUTER DANS CHATGPT

- Compréhension des bases
- Comprendre l'écosystème de ChatGPT, découvrir l'interface, effectuer les premiers essais et les customs instructions. Présentation de l'écosystème de ChatGPT
- Découvrir l'interface
- Premiers essais avec GPT 3.5 et GPT 4
- Initiation au Priming Appliquer le Priming à ChatGPT
- Exercice - Application du Priming à ChatGPT
- Utiliser les customs instructions
- Exercice - Paramétrier des instructions personnalisées

UTILISER LES FONCTIONNALITÉS AVANCÉES DE CHATGPT

- Maîtriser les fonctionnalités avancées de ChatGPT (ChatGPT Plus) : Web Browsing, Advanced Data Analysis, ChatGPT Vision, les GPTs, le Plugin store, Dall-E.
- Utiliser le Web Browsing Exercice
- Créer une Newsletter Utiliser Advanced Data Analysis
- Utiliser ChatGPT Vision
- Configurer un GPTs
- Exercice - Construire un GPTs spécialisé dans les Newsletter Utiliser le Plugin store
- Utiliser Dall-E

INTRODUCTION AU PROMPT ENGINEERING

- Définir et comprendre de manière générale le Prompt Engineering et son importance dans l'utilisation de ChatGPT.
- Introduction au Prompt Engineering
- Prélude aux techniques de Prompt Engineering Synthèse générale

PRÉREQUIS

Aucun

DURÉE

Environ 4 heures

PUBLIC CONCERNÉ

Tous publics

Sous-Titrages

Sans audio description ni sous-titrage

INTERVENANT

Disposant de plusieurs années d'expérience dans l'enseignement de cette discipline.

ACCESSEURITÉ

Formations en distanciel
accessibles aux personnes à mobilité réduite
Audiodescription et sous titrage non disponibles.

■ Objectifs pédagogiques

- Comprendre les fondamentaux de l'intelligence artificielle (IA).
- Identifier les différents types d'IA et leurs applications.
- Acquérir des connaissances sur l'intégration de l'IA dans divers domaines.

■ Matériel nécessaire

- Disposer d'un ordinateur ou d'une tablette
- Une connexion Internet

■ Modalités d'évaluation des acquis

■ Modalités d'évaluation des acquis

- Auto-évaluation sous forme de questionnaires. Exercices sous formes d'ateliers pratiques. Questionnaire de positionnement & Évaluation à chaud.

■ Moyens pédagogiques et techniques

- Accès au cours en ligne
- Cours théorique au format vidéo
- Accessible via un ordinateur ou une tablette Assistance par téléphone et/ ou email

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum Moyens pédagogiques : 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning Modalités pédagogiques : Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle Modalités d'évaluation : Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

ACQUÉRIR LES BASES DU WEB-MARKETING

PUBLIC Graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site...

PRÉ-REQUIS Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows)

DURÉE 7 heures (1 jour)

OBJECTIFS Acquérir une expertise sur les nouveaux usages du web en marketing et communication. Des exemples concrets et actualisés en permanence. Une pédagogie active et personnalisée

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et /ou certification

POURQUOI INTÉGRER INTERNET À SON ENTREPRISE ?

- L'évolution des internautes
- L'essor du E-commerce
- Le processus d'achat de l'e-consommateur
- Du consommateur au consom'acteur
- Les nouvelles tendances : le m-commerce
- Les nouvelles tendances : le social commerce

COMPRENDRE LE WEBMARKETING

- Définition
- Réflexion stratégique
- Les outils du Web Marketing
- Le site Internet
- Les tendances Web Design

STRATÉGIE DE RÉFÉRENCEMENT NATUREL

- Comment fonctionne le référencement sur Google ?
- Référencement multicanal
- Les fondamentaux du référencement
- La longue traîne
- Les principaux critères de référencement
- Assurer sa présence locale
- Les outils du référencement

STRATÉGIE DE LIENS SPONSORISÉS

- Concept de liens sponsorisés
- Pourquoi utiliser Google Ads ?
- Créer sa campagne
- Créer sa Première annonce textuelle

STRATÉGIE POUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Quelques chiffres
- Les typologies d'internautes
- Panorama des médias sociaux
- Pourquoi les utiliser ?
- Mise en place d'une stratégie efficace

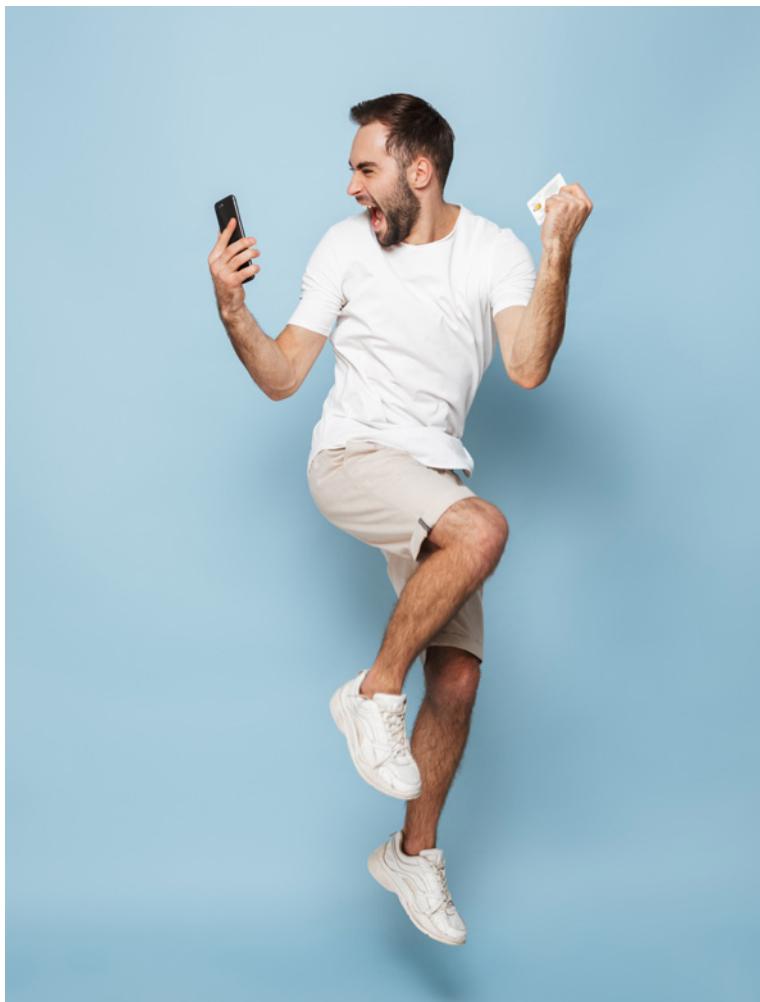
STRATÉGIE E-COMMERCE

- Animation commerciale du site Internet
- La relation client
- La logistique
- Fidéliser vos clients

MESURER L'EFFICACITÉ DE SON SITE

- Quelle audience pour mon site Internet ?
- Mise en place de Google Analytics Inscription
- Mise en place du code
- Notions de base
- Les rapports standards : Temps Réel
- Les rapports standards : Audience
- Les rapports standards : Sources de trafic
- Les rapports standards : Contenu

VEILLE ET E-RÉPUTATION



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

BRAND CONTENT

PUBLIC Graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site...

PRÉ-REQUIS Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows)

DURÉE 7 heures (1 jour)

OBJECTIFS Maîtriser les principes fondamentaux du content marketing. Développer une stratégie de contenu cohérente et efficace pour une marque. Créer des contenus engageants et de qualité pour différents canaux. Optimiser les contenus pour le référencement naturel

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et/ou certification

INTRODUCTION AU CONTENT MARKETING

- Définition et enjeux du content marketing
- Les différents types de contenus
- Les avantages du content marketing

DÉFINIR SA STRATÉGIE DE CONTENU

- Identifier ses objectifs marketing
- Connaître son audience cible
- Définir son positionnement de marque

CRÉER DES CONTENUS ENGAGEANTS

- Les différents formats de contenu (texte, image, vidéo, etc.)
- Les bonnes pratiques de rédaction
- Crée un Mindmap
- Les techniques de storytelling
- L'importance du visuel

ATELIER PRATIQUE : CRÉATION D'UN MOODOARD

- Définir l'identité visuelle de sa marque
- Choisir les couleurs, les typographies et les images
- Crée un moodboard cohérent avec la marque

L'IDENTITÉ DE MARQUE

- L'importance de l'identité de marque
- Les éléments de l'identité de marque (logo, charte graphique, etc.)

RÉDACTION DE CONTENU POUR LE RÉFÉRENCEMENT

- Les principes de base du SEO
- Optimiser ses contenus pour les moteurs de recherche
- Choisir les bons mots-clés et le vocabulaire
- Crée des publications Cross canal

ATELIER PRATIQUE :

RÉDACTION D'UN ARTICLE OPTIMISÉ POUR LE RÉFÉRENCEMENT

- Dégager un axe créatif
- Appliquer les techniques de rédaction SEO
- Optimiser le titre, la métadescription et le contenu de l'article
- Décliner l'article sur différents formats de publication cross canal



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - **13006 Marseille** et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

LES NOUVELLES TECHNOLOGIES

PUBLIC Graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site...

PRÉ-REQUIS Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows)

DURÉE 7 heures (1 jour)

OBJECTIFS S'approprier les outils collaboratifs pour travailler et échanger

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et/ou certification

S'APPROPRIER LES OUTILS COLLABORATIFS POUR TRAVAILLER ET ÉCHANGER

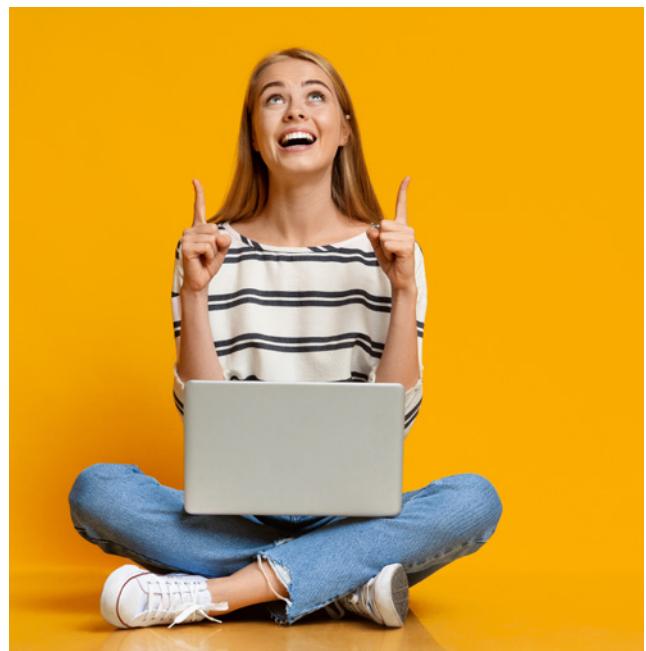
- Communiquer en entreprise
 - * les bonnes pratiques de l'échange par courriel
 - * la messagerie instantanée et asynchrone
 - * mise en place du Slack de la formation
- Partager des fichiers
 - * le FTP
 - * les outils de partage de fichiers
 - * les espaces de stockages partagés en ligne (cloud)
 - * mise en place du Google Drive de la formation
- Collaborer
 - * outils de planification de projet collaboratifs
 - * outils de design collaboratifs
 - * contrôle de version
 - * prise en main de Git et mise en place du GitHub de la formation

SAVOIR RECHERCHER DE L'INFORMATION AUPRÈS DE SOURCES PERTINENTES

- Trouver des ressources en ligne
 - * les sites de référence technique francophones et anglophones
 - * trouver rapidement la réponse à un problème, à une question particulière
 - * obtenir de l'aide d'autres utilisateurs sur un problème ou un projet
- Atelier organisation de veille technologique et créative
 - * extension navigateur utiles
 - * rejoindre et s'impliquer dans les communautés de développeurs et de designers
 - * les agrégateurs et la syndication de contenus

CONNAÎTRE LES TYPES DE FONCTIONNALITÉS DE SITES OU D'APPLICATIONS

- Les langages du web
 - * développer pour le front-end
 - * développer pour le back-end
- Générer des pages
 - * les systèmes de gestion de contenu (CMS)
 - * les générateurs de sites statiques
- Les frameworks et bibliothèques
 - * principe du framework
 - * frameworks CSS et JS les plus utilisés pour la création de web apps
 - * Les frameworks spécifiques (animation, graphiques, data, etc.)
- Les possibilités du web d'aujourd'hui
 - * interaction en temps réel
 - * navigation hors ligne
 - * animation
 - * 3D
 - * réalité virtuelle
 - * réalité augmentée
- Les objets connectés
 - * ces objets qui se connectent au web
 - * les assistants vocaux
- Les technologies émergentes
 - * intelligence artificielle
 - * deep learning
 - * etc



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - **13006 Marseille** et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

HTML5 ET CSS3 / BOOTSTRAP

PUBLIC Graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site...

PRÉ-REQUIS Avoir suivi la formation HTML/CSS Initiation, une formation équivalente, ou attester de son niveau

DURÉE 35 heures (5 jours) dont 1 jour en blended learning

OBJECTIFS Apprendre à créer des pages et des applications Web en HTML5 et CSS3. Découvrir la puissance du HTML5 notamment en termes d'applications multimédia (smartphones et tablettes). S'approprier bootstrap, le template responsive design de twitter permettant la réalisation de site internet dans un usage actuel des langages HTML5, CSS3, JavaScript et multisupport (Ordinateur, smartphone, tablette)

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et/ou certification

INTRODUCTION À HTML5 ET CSS3

- Contexte : fonctionnement d'un site internet
- Les normes du W3C
- Les changements avec HTML5
- Roadmap HTML5
- Quand choisir le HTML5
- Utiliser le HTML5 avec des navigateurs qui ne le supportent pas

BALISES HTML5

- Disparition des notions «en ligne» et «bloc»
- Doctype, NameSpace, Encoding
- Les nouveaux éléments : section, article, aside, nav, ... pour en-têtes, pied de pages, etc.
- Les indispensables balises telles que menu, command, details, summary
- La compatibilité entre les navigateurs
- Optimisation des balises pour les moteurs de recherche

LES FORMULAIRES HTML5

- Balise form
- Créer et utiliser des formulaires HTML5
- E-mail, url, date ...
- Les validations de formulaire en HTML5

L'AUDIO ET LA VIDÉO EN HTML5

- Les conteneurs
- Contrôler la vidéo, l'audio
- Support et formats (WebM, MP4, H.264, Ogg Theora, MP3, AAC, Vorbis)
- Gérer plusieurs sources vidéos et audios
- Sous-titres et vidéo HTML5

DESSINER AVEC HTML5

- Dessiner en JavaScript
- Contexte
- Accessibilité

LA GÉO-LOCALISATION AVEC HTML5

- Vue d'ensemble
- La vie privée de l'utilisateur
- Géolocaliser ses utilisateurs sur Google Maps

CSS3

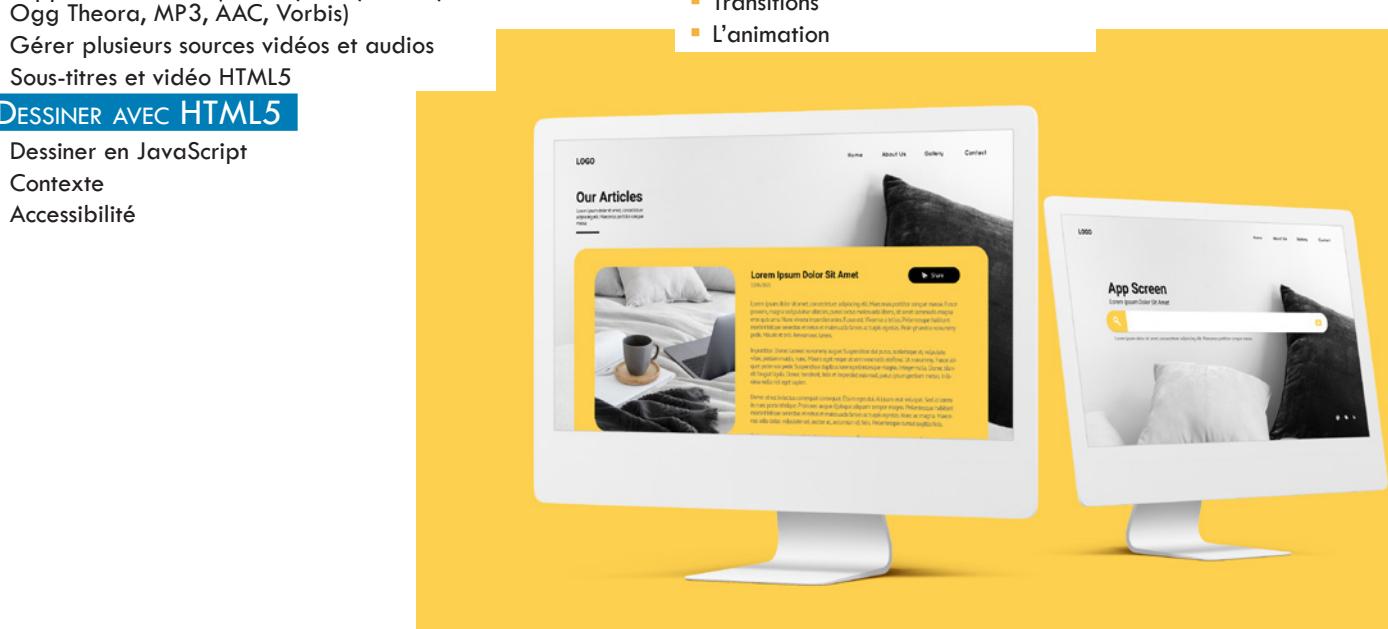
- Ce que ça change
- Coins arrondis
- Ombres portées
- Transparence
- Mise en page et positionnement
- Autres propriétés
- Gestion des éléments de formulaire via CSS : enabled, disabled, valid, required, optionnal
- Intégrer ses propres polices
- Mise en page multi-colonnes
- Media Queries CSS3 pour créer des sites Web plus réactifs
- Responsive design – Feuille de style CSS multi-écran pour ordinateur, mobile et tablette

LA MISE EN PAGE ET LE POSITIONNEMENT

- Niveau de présentation
- Mise en page par patron ou multi-colonne
- Mise en page par boîtes horizontales ou verticales
- Positionnement par la grille

CSS3 : LES ANIMATIONS

- Transformations (2D et 3D)
- Transitions
- L'animation



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

HTML5 ET CSS3 / BOOTSTRAP - SUITE

VUE D'ENSEMBLE DE BOOTSTRAP

- Présentation du framework Bootstrap
- Pourquoi Bootstrap ?
- Bootstrap et le responsive design
- Bootstrap et le frameworks JavaScript : jQuery

INCLUDE BOOTSTRAP DANS UN PROJET

- Architecture Bootstrap
- Des composants basés sur des classes CSS
- Les templates de base
- Doctype HTML5
- Le système de grille pour positionnement
 - * grille fixe
 - * grille élastique
- Les layouts
- Le responsive design

LES CLASSES CSS DE BASE AVEC BOOTSTRAP

- Typographie
- Les tableaux
- Les formulaires
- Les boutons
- Les images
- Les icônes
- Vignettage

LES COMPOSANTS BOOTSTRAP

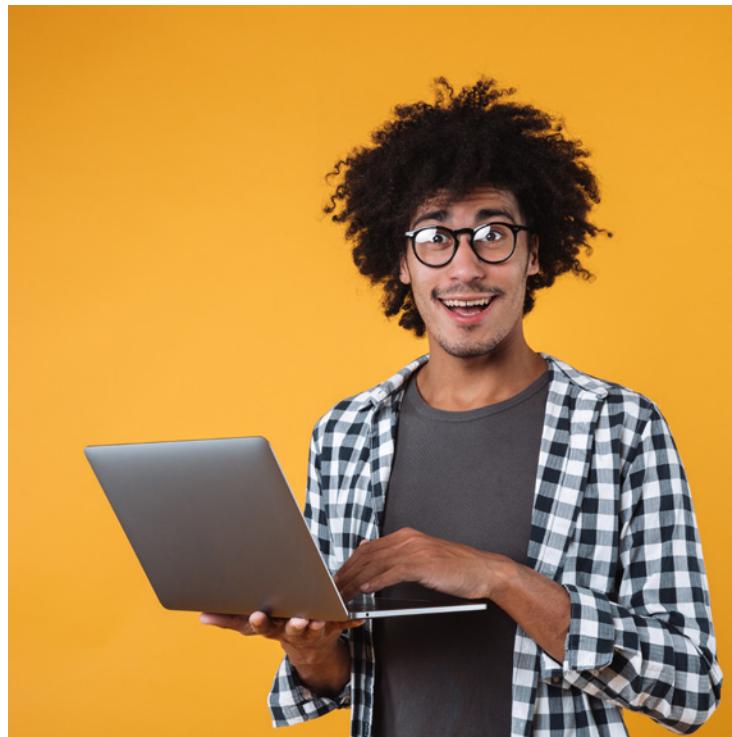
- Menus déroulants
- Groupement de boutons
- Barres de navigation
- Fil d'arianne
- Alertes
- Barre de progression
- Pagination
- Barres de progression
- Classes diverses

MANIPULER BOOTSTRAP EN JAVASCRIPT VIA JQUERY

- Les transitions
- Gérer les fenêtres « modals » (type lightbox)
- Menus déroulants
- Créer des tabulations
- Mettre en place des aides
- Le carroussel de photos

GRAPHISME

- S'approprier Bootstrap graphiquement
- Ajouter, gérer son propre CSS
- Surécriture de CSS



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum Moyens pédagogiques : 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning Modalités pédagogiques : Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle Modalités d'évaluation : Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

HTML5 ET CSS3

■ DE DÉBUTANT À EXPERT

Que vous vouliez créer un site web, ou utiliser un CMS comme WordPress ou développer des applications web, vous aurez besoin obligatoirement de passer par ces langages ! Vous apprendrez les bases de ces langages, puis les fonctionnalités avancées, enfin, nous réaliserons un site internet de présentation et nous le publieront en ligne chez un hébergeur gratuit afin de partager votre profil au plus grand nombre sur la toile.

PROGRAMME

- Introduction
- Découverte du Html
- Apprendre le HTML
- Les bases du CSS
- Mise en forme de texte en CSS
- Concept de boite CSSw
- CSS utilisation avancée
- La propriété Background en Css
- Modèle de boite flexible (flexbox Css)
- Les médias queries (responsive design)
- CSS Grid layout (modèle de disposition en grille)
- Réalisation d'un site internet personnel de présentation
- Héberger votre site web

PRÉREQUIS

Aucun

DURÉE

Environ 14 heures

PUBLIC CONCERNÉ

Tous publics

Sous-Titrages

Sans audio description ni sous-titrage

INTERVENANT

Disposant de plusieurs années d'expérience dans l'enseignement de cette discipline.

ACCESIBILITÉ

Formations en distanciel
accessibles aux personnes à mobilité réduite
Audiodescription et sous titrage non disponibles.

Objectifs pédagogiques

- Utiliser un éditeur de code et créer une page internet.
- Apprendre à utiliser et styliser les éléments HTML.
- Utiliser les sélecteurs avancés et les grilles en CSS
- Apprendre les boites flexibles (flexbox).

Matériel nécessaire

- Disposer d'un ordinateur ou d'une tablette
- Une connexion Internet

Modalités d'évaluation des acquis

Modalités d'évaluation des acquis

- Auto-évaluation sous forme de questionnaires. Exercices sous formes d'ateliers pratiques. Questionnaire de positionnement & Évaluation à chaud.

Moyens pédagogiques et techniques

- Accès au cours en ligne
- Cours théorique au format vidéo
- Accessible via un ordinateur ou une tablette Assistance par téléphone et/ou email



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum Moyens pédagogiques : 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning Modalités pédagogiques : Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle Modalités d'évaluation : Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

CMS WORDPRESS ADMINISTRATEUR

PUBLIC Graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site...

PRÉ-REQUIS Une culture général du web est préférable

DURÉE 35 heures (5 jours) dont 1 jour en blended learning

OBJECTIFS Comprendre l'utilisation du CMS WordPress, paramétrier et personnaliser votre thème (CSS), installer des plug-ins et fonctionnalités supplémentaires

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et/ou certification

PRÉSENTATION

- Présentation de WordPress et de sa communauté
- Où trouver de l'aide en ligne ?
- Comment choisir son hébergement et son nom de domaine
- Quels logiciels utiliser pour une installation en local

DÉBUTER AVEC WORDPRESS

- Installer WordPress sur un serveur local (MAMP ou XAMPP) :
 - * où récupérer les fichiers de WordPress
 - * créer une base de données
 - * lancer l'installation de WordPress
- Paramétrier WordPress :
 - * les réglages essentiels pour un site efficace
 - * l'importance des permaliens
 - * les niveaux utilisateurs
- Découverte de la partie Administration :
 - * découverte de chaque onglet et de leurs fonctionnalités

CRÉER L'ARCHITECTURE DU SITE

- Créer les contenus du site :
 - * les Pages : page parent / page enfant
 - * les Articles : la particularité de ce type de poste
 - * les taxonomies : Catégorie vs Etiquette
 - * l'éditeur natif de WordPress (Gutenberg)
- Créer le menu principal et l'architecture du site :
 - * comment optimiser le menu pour la navigation
 - * quels éléments à inclure
 - * comment le créer facilement avec WordPress
 - * comment ajouter des options spécifiques (attribut rel target CSS)

LE DESIGN

- Choisir son thème WordPress :
 - * thème gratuit vs thème payant
 - * découvrir les thèmes optimisés et actuels (Ocean WP ou Neve)
- Découverte du page builder Elementor :
 - * prise en main
 - * création d'une mise en page à partir de zéro
 - * importation d'une mise en page
 - * sauvegarde d'une mise en page pour une utilisation ultérieure

LES IMAGES POUR LE WEB

- L'importance d'optimiser les images :
 - * comprendre la notion de ratio
 - * réduire le poids des images
 - * importation et utilisation
 - * la bibliothèque de médias

BONNES PRATIQUES SEO

- Installation et paramétrage de Yoast SEO
 - * installation et paramétrage du plug-in
 - * découverte de son utilisation au sein d'une page
 - * l'importance de la rédaction web (mot-clé, prépondérance, balises métas...)

ALLER PLUS LOIN AVEC WORDPRESS

- Ajouter des fonctionnalités grâce à des extensions :
 - * où trouver des extensions
 - * comment les choisir
 - * installation d'un formulaire de contact
- Respecter les lois :
 - * les cookies,
 - * la politique de confidentialité
 - * les mentions légales,
- Ça peut sauver :
 - * comment modifier simplement l'apparence d'un élément du site avec du CSS
 - * comment dépanner WordPress lorsqu'une mise à jour s'est mal passée

SÉCURITÉ, SAUVEGARDE ET MIGRATION

- Sauvegarder son site :
 - * l'importance de la sauvegarde
 - * comment sauvegarder son site en 1 clic
- Amélioration de la sécurité :
 - * les bonnes pratiques pour sécuriser son site
 - * les règles de sécurité à mettre en place
 - * les extensions à utiliser
- Migrer son site :
 - * déplacer son site

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

L'ESSENTIEL DE WORDPRESS 5

■ TOUS NIVEAUX

WordPress est un logiciel libre utilisé pour créer des sites, des blogs ou des applications. Apprenez les fondamentaux pour créer un site web avec cette formation pour débutant..

PROGRAMME

- Acheter un nom de domaine
- L'interface de Wordpress
- Quiz - Interface
- Apparence | La gestion du thème
- Quiz - Gestion de thème
- Créer des pages avec Gutenberg
- Quiz - Gutenberg
- Atelier - Créer une page avec Gutenberg
- Créer des pages
- Ajouter des pages avec Elementor
- QUIZ - Elementor
- Les articles
- Avançons ensemble
- Les extensions / Plugins



PRÉREQUIS

Aucun

DURÉE

Environ 10 heures

PUBLIC CONCERNÉ

Tous publics

Sous-Titrages

Sans audio description ni sous-titrage

INTERVENANT

Disposant de plusieurs années d'expérience dans l'enseignement de cette discipline.

ACCESIBILITÉ

Formations en distanciel
accessibles aux personnes à mobilité réduite

Audiodescription et sous titrage non disponibles.

■ Objectifs pédagogiques

- Savoir installer WordPress.
- Être capable de configurer Wordpress.
- Savoir installer et configurer les bons plugins.
- Savoir ajouter et gérer les contenus.
- Être capable de gérer les thèmes et créer des pages.
- Différencier les Articles, Catégories et Pages WordPress..

■ Matériel nécessaire

- Disposer d'un ordinateur ou d'une tablette
- Une connexion Internet

■ Modalités d'évaluation des acquis

- Auto-évaluation sous forme de questionnaires. Exercices sous formes d'ateliers pratiques. Questionnaire de positionnement & Évaluation à chaud.

■ Moyens pédagogiques et techniques

- Accès au cours en ligne
- Cours théorique au format vidéo
- Accessible via un ordinateur ou une tablette Assistance par téléphone et/ou email

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

RÉFÉRENCEMENT NATUREL ET PAYANT GOOGLE ADS ET ANALYTICS

PUBLIC Graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site...

PRÉ-REQUIS Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows)

DURÉE 21 heures (3 jours)

OBJECTIFS Comprendre et améliorer votre visibilité sur Internet et principalement sur google. Utiliser le référencement naturel comme levier d'acquisition de visiteurs, leads ou clients. Comprendre et intégrer les algorithmes des moteurs de recherche, leurs fonctionnements et les adaptations nécessaires du site à ces algorithmes. Mettre en place une stratégie de liens efficace. Maîtriser les principaux outils de SEO SEA et SEM. Optimiser votre budget et vos mots clés, comprendre et améliorer l'utilisation de googledwords

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et /ou certification

LE RÉFÉRENCEMENT NATUREL [S.E.O.]

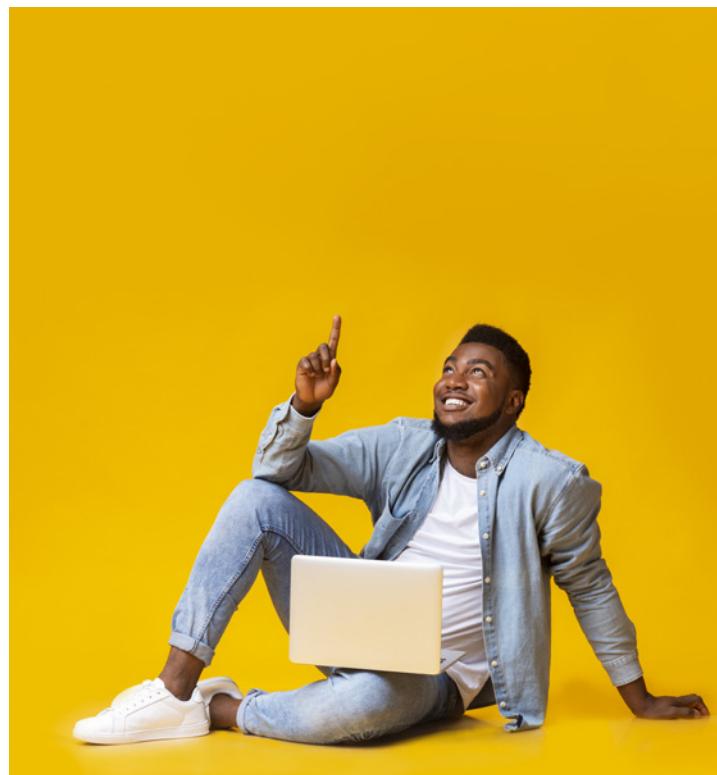
- Bien connaître les moteurs pour bien construire son contenu
 - * l'indexation, les bots, les algorithmes, les moteurs et les métadonnées
 - * l'approche marketing du référencement
- L'optimisation technique
 - * structures techniques des sites efficaces
 - * la vitesse de site
 - * la « responsivité »
 - * les outils de mesures de performance technique d'un site
 - * les pièges à éviter
- L'optimisation rédactionnelle
 - * maîtriser l'écriture d'un site web afin de bien le référencer
 - * les mots clés et la longue traîne
 - * contenu sémantique et méthode de rédaction des pages
 - * les modèles rédactionnels qui fonctionnent bien
- La popularité, le « Page Rank »
 - * qu'est-ce que le netlinking ?
 - * le maillage interne
 - * le cocon sémantique
 - * Comment obtenir des liens externes (annuaires, etc.) ?

LE RÉFÉRENCEMENT PAYANT [S.E.A.], GOOGLE ADS

- Les règles indispensables pour réussir une campagne AdWords
- La structure d'une campagne AdWords :
 - * compte, campagne, groupe d'annonces, annonce
 - * le tableau de bord
- Les différents types de publicités :
 - * search, display, shopping, etc
- Les paramètres de campagne
 - * budget, options de diffusion, réseau de diffusion, mode et cible
 - * campagne simplifiée, campagne standard et optimisation de campagne
- Fonctionnement du marché
 - * la notion d'enchère, de placement et de qualité
 - * générateur de mots clés basé sur les recherches
 - * la liaison avec Google Analytics
 - * les rapports personnalisés

GOOGLE ANALYTICS

- Les outils Google (Adwords, Adsense, Google Analytics)
- Le Tableau de bord de Google Analytics
- Le comportement des visiteurs
 - * analyse géographique, pages vues, temps passé, taux de rebond
- Fidélité des visiteurs
 - * dernière visite, durée, nombre de pages vues
 - * équipement technique des visiteurs
 - * navigateurs, OS, débit
- Sources du trafic
 - * moteurs de recherche, visiteurs directs, sites référents
- Analyse du contenu
 - * pages les plus consultées, pages d'entrée et de sorties
 - * les rapports personnalisés



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

L'ESSENTIEL DE GOOGLE ADS

■ NIVEAU INITIATION

Que vous souhaitiez faire connaitre vos produits ou services, votre marque, votre entreprise, votre site web, Google Ads est la solution incontournable qui vous permettra d'améliorer votre visibilité sur internet. Avec cette formation, apprenez à créer, optimiser et suivre vos performances de campagne dans la durée avec Google Ads.

PROGRAMME

- Google Keywords Tools
- Google My Business
- Youtube Ads
- Google Analytics
- Google SEO
- Google Trends



PRÉREQUIS

Aucun

DURÉE

Environ 10 heures

PUBLIC CONCERNÉ

Tous publics

Sous-Titrages

Sans audio description ni sous-titrage

INTERVENANT

Disposant de plusieurs années d'expérience dans l'enseignement de cette discipline.

ACCESIBILITÉ

Formations en distanciel
accessibles aux personnes à mobilité réduite

Audiodescription et sous titrage non disponibles.

■ Objectifs pédagogiques

- Générer du trafic qualifié vers un site / une page de vente.
- Créer, développer et optimiser une campagnes Google Ads / AdWords
- Savoir choisir le type de campagne AdWords appropriée.
- Être capable de cibler des visiteurs.
- Suivre les conversions afin de déterminer la rentabilité des campagnes.

■ Matériel nécessaire

- Disposer d'un ordinateur ou d'une tablette
- Une connexion Internet

■ Modalités d'évaluation des acquis

- Auto-évaluation sous forme de questionnaires. Exercices sous formes d'ateliers pratiques. Questionnaire de positionnement & Évaluation à chaud.

■ Moyens pédagogiques et techniques

- Accès au cours en ligne
- Cours théorique au format vidéo
- Accessible via un ordinateur ou une tablette Assistance par téléphone et/ ou email

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - **13006 Marseille** et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

LA NORME RGPD

PUBLIC Graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site...

PRÉ-REQUIS Aucun

DURÉE 7 heures (1 jour)

OBJECTIFS Comprendre le RGPD et ses grandes articulations juridiques. Prévenir les risques liés à l'exploitation de données personnelles

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et /ou certification

PRINCIPES GÉNÉRAUX

- Contexte
- Applicabilité
- Vocabulaire

LES PILIERS FONDATEURS

- La transparence
- Responsabilité des acteurs
- Droits conférés
- Sécurité

LES PRINCIPES DE PROTECTION DES DONNÉES

- Les 8 règles d'or

LA SÉCURITÉ ADÉQUATE

- Les mesures de sécurité organisationnelles
- Les mesures de sécurité structurelles
- Les mesures de sécurité physiques

MISE EN APPLICATION

- Réalisation d'une cartographie des traitements
- Rédaction d'une fiche de traitement
- Liste des livrables
- Rédaction des mentions d'information d'un site internet



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

L'ESSENTIEL DU RGPD

■ NIVEAU INITIATION

Plongez dans l'univers du RGPD avec notre formation. Explorez les bases du RGPD, comprenez ses motivations et identifiez les parties prenantes. Découvrez l'importance de la conformité et maîtrisez les étapes clés pour y parvenir.

PROGRAMME

- Qu'est ce que le RGPD ?
- Pourquoi le RGPD ?
- Qui est concerné par le RGPD ?
- Pourquoi être conforme au RGPD ?
- Comment être conforme au RGPD ?
- Cas pratiques

PRÉREQUIS

Aucun

DURÉE

Environ 2h30

PUBLIC CONCERNÉ

Tous publics

Sous-Titrages

Sans audio description ni sous-titrage

INTERVENANT

Disposant de plusieurs années d'expérience dans l'enseignement de cette discipline.

ACCESIBILITÉ

Formations en distanciel
accessibles aux personnes à mobilité réduite

Audiodescription et sous titrage non disponibles.

■ Objectifs pédagogiques

- Comprendre les fondements du RGPD. Connaître le contexte et les motivations derrière le RGPD.
- Savoir identifier les parties prenantes concernées.
- Appréhender l'intérêt de respecter le RGPD et les risques de la non conformité
- Maîtriser les différentes étapes pour assurer la conformité au RGPD.

■ Matériel nécessaire

- Disposer d'un ordinateur ou d'une tablette
- Une connexion Internet

■ Modalités d'évaluation des acquis

- Auto-évaluation sous forme de questionnaires. Exercices sous formes d'ateliers pratiques. Questionnaire de positionnement & Évaluation à chaud.

■ Moyens pédagogiques et techniques

- Accès au cours en ligne
- Cours théorique au format vidéo
- Accessible via un ordinateur ou une tablette Assistance par téléphone et/ou email



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

LES RÉSEAUX SOCIAUX (INSTAGRAM, FACEBOOK...)

PUBLIC Graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site...

PRÉ-REQUIS Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows)

DURÉE 21 heures (3 jours)

OBJECTIFS Savoir créer et administrer une page facebook et un compte Instagram. Comprendre l'utilité des réseaux sociaux dans la politique de communication et de référencement

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et/ou certification

Journée globale Réseaux Sociaux

MARKETING ET RÉSEAUX SOCIAUX

- Notions de marketing
- Notions de web marketing
- Notions d'inbound marketing
- Notions de marketing relationnel
- Génération « réseaux sociaux »
- Le consommateur-média
- Les programmes « ambassadeurs » de type « UGC »
- Les nouvelles tendances des réseaux sociaux
- Les métiers des réseaux sociaux :
Social Media Manager et CommunityManager

TRAVAILLER SA MARQUE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Panorama et caractéristiques des réseaux sociaux en France
- Les spécificités des réseaux sociaux
- Définir des objectifs sur les réseaux sociaux
- Concevoir la bonne stratégie éditoriale sur les réseaux sociaux
- Comment trouver des sujets sur la durée ?
- Le plan de contenu
- La ligne éditoriale : contenu et tonalité
- Le calendrier éditorial
- Écrire pour créer de l'engagement les réseaux sociaux : de Aïda au CTA
- La publicité sponsorisée sur les RS

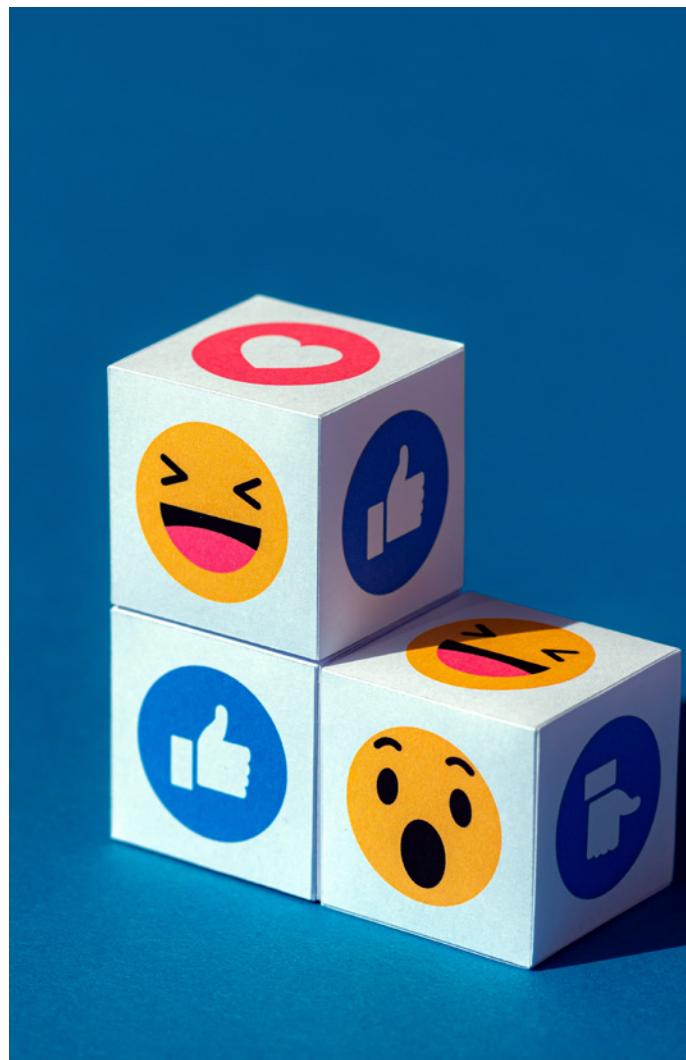
LE « SOCIAL SELLING »

(VENTE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX)

- Comment les réseaux sociaux développent les chiffres d'affaires ?
- Comment trouver vos prospects et vendre sur les réseaux sociaux ?
- Les difficultés rencontrées
- Les clés pour réussir

THREADS

- Qu'est-ce que Threads ?
- Utilisation de Threads pour les communications privées
- Intégration avec Instagram
- Confidentialité et sécurité sur Threads



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

Instagram Niveau I et II

COMPRENDRE INSTAGRAM

- L'univers INSTAGRAM: le profil, la page, le groupe, l'événement, le like, etc
- INSTAGRAM et son audience : tranches d'âges et attentes
- Pourquoi choisir INSTAGRAM ?
- Les objectifs pour une activité, une entreprise, une marque
- Comment promouvoir sa page de fans ?
- Des leviers intéressants : les apps, les jeux concours, etc
- Secrets et astuces incontournables sur INSTAGRAM
- La publicité sur INSTAGRAM

MESURER ET OPTIMISER

- Les algorithmes de contenu des réseaux sociaux : comment en tirer parti ?
- Focus sur l'algorithme Instagram : le Edge Rank
- Les indicateurs de mesures (KPI) : engagements, ROA, ROE, etc
- Observer les concurrents
- Exercice « Cas pratique » pour votre marque ou activité :
- Quels réseaux sociaux pour ma marque (où sont les prospects et clients, où sont mes concurrents ?)
- Trouver les bons sujets
- Établir la ligne éditoriale
- Établir le calendrier éditorial
- L'utilisation d'outils en ligne pour élaborer le bon post (textes et images)
- Définir une stratégie opérationnelle sur Instagram
- Rédiger un contenu « post » sur Instagram
- Rédiger un contenu « post » sur un autre réseau social que Instagram

FACEBOOK

- Qu'est-ce que Facebook ?
- L'univers et le vocabulaire de Facebook
- Comprendre la logique Instagram
- Facebook et ses caractéristiques : émotion, communauté et visibilité
- Instagram et ses leviers pour l'entreprise, la marque
- La publicité sur Facebook

Autres réseaux sociaux

TIK TOK :

- Découverte du potentiel de Tik Tok pour les entreprises
- Initiations aux bases de Tik Tok
- Comment créer un profil professionnel adapté à son activité
- Comment optimiser un profil professionnel pour convertir les prospects en clients
- Comprendre et déjouer l'algorithme de Tik Tok
- Comment faire une bonne vidéo
- Les idées de Tik Tok à fort potentiel
- Quelles sont les bonnes pratiques de Tik Tok
- Maîtriser la création de Tik Tok de débutant à expert
- Atelier : diverses mises en situation
- Savoir réunir les éléments pour percer sur Tik Tok
- Utiliser la planification de Tik Tok
- Améliorer sa communication grâce aux données analytiques

LINKEDIN

- Qu'est-ce que LinkedIn ?
- L'univers et le vocabulaire LinkedIn
- Comprendre la logique LinkedIn
- LinkedIn et ses caractéristiques : profils, groupes, pages entreprises
- LinkedIn et ses leviers pour l'entreprise, la marque
- La publicité sur LinkedIn
- La publicité sur LinkedIn

X :

- Qu'est-ce que X ?
- L'univers et le vocabulaire X
- Comprendre la logique X
- LinkedIn et ses caractéristiques : profils, groupes, pages entreprises
- LinkedIn et ses leviers pour l'entreprise, la marque
- La publicité sur X

PINTEREST

- Qu'est-ce que Pinterest ?
- Découverte visuelle et inspiration
- Utilisation de Pinterest pour les entreprises

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

GESTION DES RÉSEAUX SOCIAUX

■ DE DÉBUTANT À EXPERT

Les réseaux sociaux sont devenus un outil incontournable dans la commercialisation des biens et services. Cette formation vous permettra d'acquérir les compétences fondamentales afin d'utiliser au mieux les réseaux sociaux dans une perspective professionnelle.

PROGRAMME

- Introduction
- Community Manager avec Facebook
- Community Manager avec Instagram
- COVID Réagir à la pandémie
- Trouver des missions en freelance
- Newsletter & E-mailing
- Community manager avec Google Business
- Community manager avec l'analyse des tendances
- Community manager avec Tripadvisor
- Community Manager avec le e-commerce
- Community Manager avec Booking.com
- Logiciels gratuits et ressources



PRÉREQUIS

Aucun

DURÉE

Environ 15 heures

PUBLIC CONCERNÉ

Tous publics

Sous-Titrages

Sans audio description ni sous-titrage

INTERVENANT

Disposant de plusieurs années d'expérience dans l'enseignement de cette discipline.

ACCESIBILITÉ

Formations en distanciel accessibles aux personnes à mobilité réduite

Audiodescription et sous titrage non disponibles.

■ Objectifs pédagogiques

- Savoir utiliser les réseaux sociaux pour mieux communiquer.
- Mettre en avant ses produits et services à l'aide des principaux réseaux sociaux.
- Maîtriser les bonnes pratiques du community management.
- Savoir exploiter les principales fonctionnalités des réseaux sociaux les plus connus.

■ Matériel nécessaire

- Disposer d'un ordinateur ou d'une tablette
- Une connexion Internet

■ Modalités d'évaluation des acquis

- Auto-évaluation sous forme de questionnaires. Exercices sous formes d'ateliers pratiques. Questionnaire de positionnement & Évaluation à chaud.

■ Moyens pédagogiques et techniques

- Accès au cours en ligne
- Cours théorique au format vidéo
- Accessible via un ordinateur ou une tablette Assistance par téléphone et/ou email

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum Moyens pédagogiques : 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning Modalités pédagogiques : Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle Modalités d'évaluation : Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

FACEBOOK ADS

■ DE DÉBUTANT À EXPERT

De nos jours, le marketing sur les médias sociaux est devenu un indispensable dans la réflexion marketing d'une entreprise. Découvrez à travers cette formation d'actualité, comment adapter votre communication d'entreprise sur les réseaux, comment gagner du temps et optimiser vos actions au quotidien, et comment fédérer vos clients autour de votre entreprise et de vos produits.

PROGRAMME

- Création de notre page Facebook Ads
- Se préparer à lancer son activité en ligne
- Mettre en place une campagne qui donne des résultats
- Établir la présence en ligne de votre entreprise
- Aider vos clients à vous contacter via WhatsApp
- Objectif de la campagne Interaction avec les publications
- Exemple de publicité sponsorisée avec l'interaction
- Scaling, Retargeting et Audiences similaires (LLA)
- GO ! On Lance ensemble votre première Campagne pub
- Analyse d'une campagne Facebook Ads
- Gestionnaire de collaborations de marque
- Instagram Business manager - Faire de la publicité sur Instagram
- Provider de paiement en ligne - Prestataire de services de paiement (PSP)
- Facebook Live: Le guide du live streaming pour les entreprises
- Gestionnaire de catalogues - Part 1



PRÉREQUIS

Aucun

DURÉE

Environ 18 heures

PUBLIC CONCERNÉ

Tous publics

Sous-Titrages

Sans audio description ni sous-titrage

INTERVENANT

Disposant de plusieurs années d'expérience dans l'enseignement de cette discipline.

ACCESIBILITÉ

Formations en distanciel
accessibles aux personnes à mobilité réduite

Audiodescription et sous titrage
non disponibles.

Objectifs pédagogiques

- Savoir créer une communauté en ligne ; Utiliser les réseaux sociaux pour développer ses ventes et accroître sa notoriété.
- Savoir communiquer en ligne en élaborant une stratégie de contenu.
- Être capable de mesurer le retour sur investissement de vos médias sociaux.

Matériel nécessaire

- Disposer d'un ordinateur ou d'une tablette
- Une connexion Internet

Modalités d'évaluation des acquis

- Auto-évaluation sous forme de questionnaires. Exercices sous formes d'ateliers pratiques. Questionnaire de positionnement & Évaluation à chaud.

Moyens pédagogiques et techniques

- Accès au cours en ligne
- Cours théorique au format vidéo
- Accessible via un ordinateur ou une tablette Assistance par téléphone et/ ou email

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum Moyens pédagogiques : 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning Modalités pédagogiques : Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle Modalités d'évaluation : Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

RÉALISER UNE NEWSLETTER

PUBLIC Graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site....

PRÉ-REQUIS Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows)

DURÉE 7 heures (1 jour)

OBJECTIFS Réaliser et envoyer une newsletter sous forme d'e-mailing avec texte, images et liens

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et/ou certification

RÈGLES DE L'E-MAILING

- Les différents types d'e-mailing
- Importer ses mails dans mailchimp
- Le poids des fichiers
- La taille de la newsletter

CRÉATION DE LA NEWSLETTER

- Fonctionnement du Dashboard
- Trouver un modèle
- Personnaliser le modèle
- Choisir le type de campagne
- Les couleurs
- Insertion d'images
- Insertion de liens
- Customiser les champs importants
- Insérer le lien de désinscription
- Création de la version texte

CRÉATION DES IMAGES

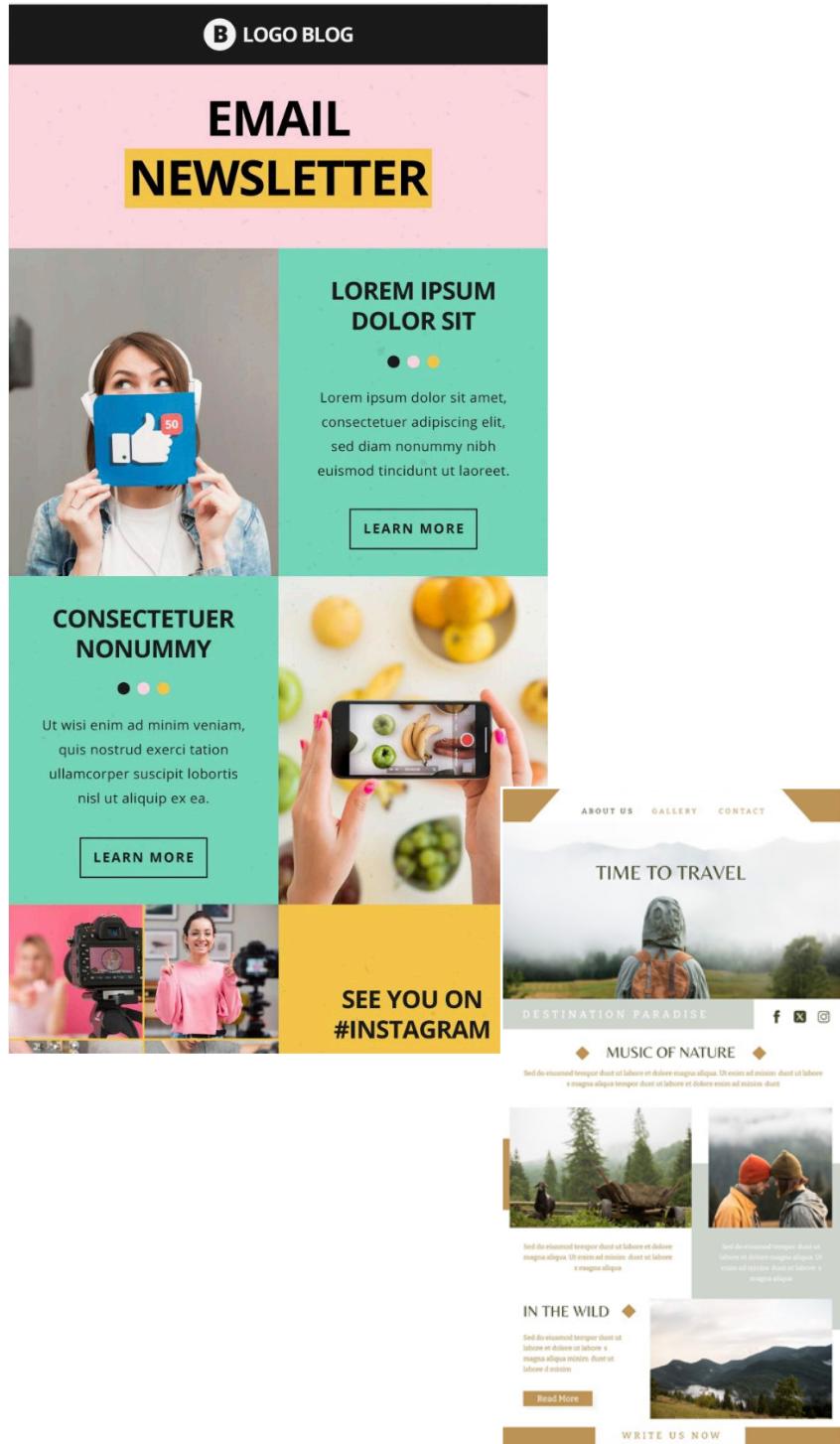
- Utilisation de Photoshop ou Gimp
- Format des images
- Création de compositions graphiques
- Enregistrement et découpes des images

ENVOI DE L'E-MAILING

- La phase de test
- Le paramétrage
- Les envois personnalisés (nom, prénom ...)
- Utiliser google analytics
- Intégrer les liens facebook et twitter

ANALYSES

- Analyser les résultats de la campagne
- Qui a ouvert la newsletter ...



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - **13006 Marseille** et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

EMAIL MARKETING

■ TOUS NIVEAUX

Le marketing par courriel, aussi appelé Emailing, existera toujours. Il est essentiel pour les spécialistes du marketing, ainsi que les gérants de petites entreprises, les coachs, les consultants. Dans ce cours, vous apprendrez l'essentiel de la planification, de la création, et de la réalisation de campagnes de marketing par courriel réussies..

PROGRAMME

- Introduction
- Effectuer les paramétrages techniques
- Entretenir une base de données email
- Rédiger ses emails
- Maîtriser les 3 types d'emailing
- Conclusion



PRÉREQUIS

Aucun

DURÉE

Environ 9 heures

PUBLIC CONCERNÉ

Tous publics

Sous-Titrages

Sans audio description ni sous-titrage

INTERVENANT

Disposant de plusieurs années d'expérience dans l'enseignement de cette discipline.

ACCESIBILITÉ

Formations en distanciel accessibles aux personnes à mobilité réduite

Audiodescription et sous titrage non disponibles.

■ Objectifs pédagogiques

- Entrer en contact avec un plus grand nombre de contacts et prospects.
- Accroître l'influence et la portée d'une entreprise.
- Analyser les différentes applications du marketing par courriel.
- Sélectionner une stratégie de campagne.
- Appliquer une stratégie définie
- Suivre et analyser les résultats d'une campagne d'emailing.

■ Matériel nécessaire

- Disposer d'un ordinateur ou d'une tablette
- Une connexion Internet

■ Modalités d'évaluation des acquis

- Auto-évaluation sous forme de questionnaires. Exercices sous formes d'ateliers pratiques. Questionnaire de positionnement & Évaluation à chaud.

■ Moyens pédagogiques et techniques

- Accès au cours en ligne
- Cours théorique au format vidéo
- Accessible via un ordinateur ou une tablette Assistance par téléphone et/ou email

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum Moyens pédagogiques : 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning Modalités pédagogiques : Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle Modalités d'évaluation : Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

CULTURE WEB ET ERGONOMIE UX/UI DESIGN

PUBLIC Graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site...

PRÉ-REQUIS Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows)

DURÉE 21 heures (3 jours)

OBJECTIFS Acquérir la culture du design web. Prendre en compte l'expérience utilisateur et le facteur humain

Comprendre l'influence de l'ergonomie sur le succès d'une application multimédia

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et/ou certification

HISTOIRE DU WEBDESIGN

HISTORIQUE DU Web

- 1965 - 1989-90
- Les tableaux - Animate
- CSS et Responsive
- Grille et frameworks

ÉVOLUTION DES OUTILS ET DES LANGAGES

- Web 1.0 - Web2.0
- Web social
- HTML5/CSS3
 - * JavaScript

TENDANCE DU WEB ACTUEL

- Orientations
- Graphisme

PROCESSUS

- Le cahier des charges
 - * lecture, interprétation
- La charte graphique
 - * lecture, interprétation
- Arborescence
 - * maillage interne
 - * choix des termes de navigation

ERGONOMIE, UI DESIGN, UX DESIGN, IHM

UX WORDING

- L'écriture pour le web
- Hiérarchie de contenus
- Lecture en diagonale, règles de confort de lecture
- Typographie/Couleurs
- Conventions de notation
 - * liens, citations, titres, emphase
- Formulaires
- Poids
- Menu
 - * fil d'ariane

AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR

- La théorie de la Gestalt
- La loi de proximité
- Loi de similitude
- Loi de familiarité
- La loi de Fitts
- Le principe d'affordance
- La loi de Hick

L'HUMAIN

PERSONAS

- Comment les construire
- Comment les utiliser

PARCOURS UTILISATEURS

ITÉRATION

COMPRÉHENSION

EXPLORATION

- Idéation
- Prototypage
- Tests utilisateurs

MATÉRIALISATION

- Prototypage
- Tests utilisateurs, tests encore

IMPLÉMENTATION

- Tests utilisateurs, tests encore

MAQUETTE GRAPHIQUE INTERFACE WEB

- D'après le wireframing composer les maquettes graphiques afin de les proposer au client.
- Affordance travail visuel



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - **13006 Marseille** et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

INITIATION À L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE GÉNÉRATIVE DANS LA CRÉATION D'IMAGES

PUBLIC Graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site...

PRÉ-REQUIS Bonne connaissance de l'environnement informatique

DURÉE 7 heures (1 jour)

OBJECTIFS Découvrir et comprendre les bases de l'Intelligence Artificielle appliquée à la création et la modification d'images

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et/ou certification



INTRODUCTION À L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

- Qu'est-ce que l'IA et comment fonctionne-t-elle ?
- Le vocabulaire de l'IA
- Applications principales de l'IA dans la création d'images
- Impact et enjeux éthiques de l'IA

SAVOIR MODIFIER SES IMAGES AVEC L'IA

- Présentation de quelques outils Freemium
- Adobe Express, Photopea, Canva
- ClipDrop, Magic Eraser, Luminar Neo, EzGif
- Applications
- Enlever un fond, Effacer des zones indésirables
- Conversion et modification de GIFs
- Conversion SVG Adobe Illustrator

PROCESSUS CRÉATIF DU TEXTE À L'IMAGE

- Comprendre et formuler un prompt efficace
- Utilisation de l'image de référence
- Choix du style artistique
- Utilisation du seed
- Introduction à l'inpainting pour la modification des images

PRÉSENTATION D'ABOVE FIREFLY

- Présentation et démonstration pratique
- ADOBE FIREFLY

PRÉSENTATION DE DALL-E

- Présentation et démonstration pratique
- DALL-E

MISE EN PRATIQUE SUR LES OUTILS FREEMIUM

- Leonardo, Krea, Lexica, Ideogram, Crayon

L'UPSCALE

- Définition et importance de l'upscale
- Techniques pour l'upscale d'images
- Introduction à l'upscale de vidéos

VIDÉO ET SON*

- Découverte de l'usage de l'IA dans la vidéo et son (voix, musique)*
- * Selon le temps de la séance et les attentes du public

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

CRÉER UNE CHARTE GRAPHIQUE POUR LE WEB

PUBLIC Graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site...

PRÉ-REQUIS Avoir des connaissances en conception d'identité visuelle

DURÉE 21 heures (3 jours)

OBJECTIFS Créer ou adapter une charte graphique pour le web

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et/ou certification

LA CHARTE GRAPHIQUE

- Ce qu'elle contient
- Présentation
- Exemples de chartes graphiques web

L'IDENTITÉ GRAPHIQUE

- Poser les contraintes d'utilisation de l'identité graphique
- Protection
- Contraste
- Position

LE CONTENU

- Inventaire des différents types de contenus (images, vidéos, sons, animations, articles, etc.)
- Style d'images, d'illustrations et leur traitement graphique
- Ikonographie
- Création d'un Moodboard représentant le ton et le message de la marque, l'entreprise, le produit
- Création d'un zoning à main levée

LA GRILLE

- Quelle grille pour quel format de page
- Distribuer les éléments et blocs de contenus sur la grille
- Wireframe explicatif
- Transformer la grille en fonction de la taille de l'écran et de son orientation
- Signifier les marges et marges internes

LES ÉLÉMENTS INTERACTIFS

- Faire l'inventaire des éléments récurrents sur le site
- Navigation
- Boutons et liens
- Appel à action
- Formulaires, etc.



TYPOGRAPHIE

- Classifications typographiques
- Quizz classification typographique
- Associer des fontes
- Exercices d'associations de fontes
- Créer un rythme, une hiérarchie typographique
 - * niveaux de titres
 - * taille, graisse, hauteur de ligne et couleur
 - * mise en forme d'une page d'article
 - * adapter la taille du texte au format d'écran
- Licences pour le web et les applications
 - * services de fontes par abonnement
 - * fontes gratuites
 - * les fonderies indépendantes
- Tester l'accessibilité de son texte
- Prévoir des alternatives à la fonte choisie (font stack)

COULEUR

- Choisir une couleur pour le web
 - * conventions et standards
 - * couleurs web garanties
 - * convertir une valeur CMJN ou Pantone en RGB
- Psychologie de la couleur, classification des couleurs
- Créer une palette de couleurs avec Adobe Color
- Attribuer les couleurs d'accent, de survol, de bordure, de fond, etc
 - * contraste fond/forme
 - * bordures
 - * motifs
 - * tester l'accessibilité de ses couleurs

TRANSMETTRE LE MOUVEMENT

- Créer des schémas explicatifs transmettant le mouvement
 - * transitions
 - * animations
 - * micro-interactions

PRODUCTION DE LA CHARTE GRAPHIQUE

- Création d'un document exploitable par les designers
- Récapituler les règles décidées aux étapes précédentes
- Valeurs et ton de l'entreprise et du produit
- Création d'un document de référence exploitable pour le design de pages web

LE STYLE GUIDE

- Création d'un document exploitable par l'intégrateur
- Synthèse des couleurs et des styles typographiques
- Représenter les marges et les grilles
- Déclinaisons bureau, mobile, tablette, etc
- Collection de composants

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

MAQUETTE GRAPHIQUE WEB ET FIGMA

PUBLIC Graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site...

PRÉ-REQUIS Avoir des connaissances en conception web

DURÉE 28 heures (4 jours)

OBJECTIFS Utilisation d'Adobe XD dans la conception de Web design responsive. Concevoir des wireframes pour applications mobiles et tablettes. Cette formation vous permettra d'identifier les spécificités et les contraintes du Digital en vue de réaliser des maquettes graphiques responsive

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et /ou certification

LE DESIGN

- Identifier les contraintes liées aux différents périphériques
- Identifier et décrire les règles de design visuel sur écran
- Décrire les principes du responsive design
- Savoir nommer les zones et éléments d'interface et identifier les parties statiques et dynamiques
- Les règles typographiques des différents périphériques
- Utilisation des Frames, Auto Layouts, composants, et contraintes responsives dans Figma
- Préparation des assets dans Figma pour exportation (SVG, PNG, JPEG)
- Collaboration en temps réel avec Figma (partage et édition simultanée)
- Accès et utilisation des ressources dans la Figma Community

LES GRILLES

- Les grilles du Print vers le Web
- Gestion des grilles et guides dans Figma

RÉALISER DES WIREFRAMES ET DES MAQUETTES

- Créer un zoning
- Passer d'un zoning à un wireframe
- Intégrer de l'interactivité pour finaliser sa maquette
- Utilisation d'Auto Layout pour structurer les wireframes

AUTOMATISATION

- Création et gestion des composants réutilisables dans Figma
- Utilisation des variantes pour les états d'interaction (hover, clic)
- Accélération du travail grâce aux plugins utiles pour Figma (exemple : Unsplash, Iconify)

EXPORTATION

- Optimisation des images pour le Web (taille, définition...)
- Paramètres d'exportation

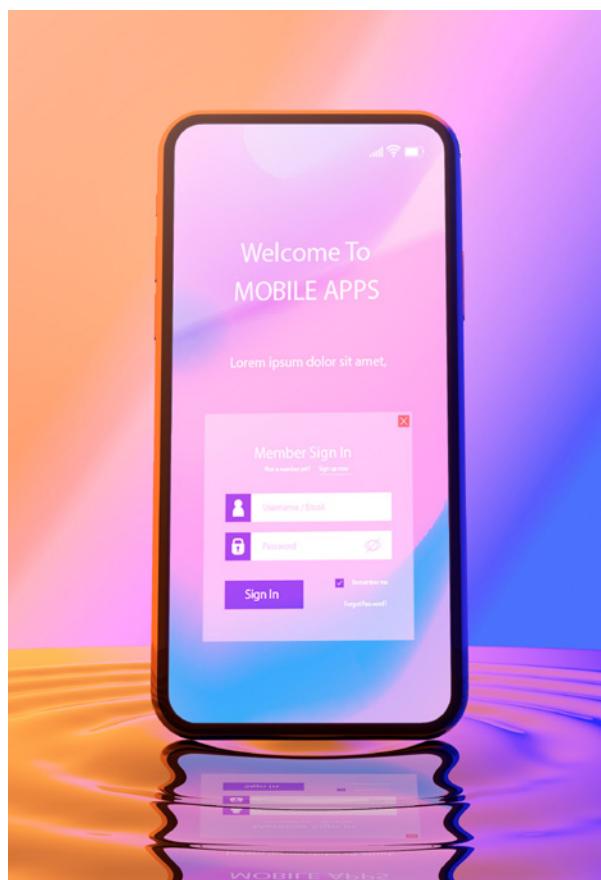
MAQUETTER LA VERSION

« APERÇU MOBILE » DE VOTRE SITE

- Les outils de création de formes vectorielles
- La grille fluide
- Le design d'éléments d'interfaces
- Activité : Concevez la maquette « aperçu mobile » de votre site
- Savoir reconnaître les tendances et les styles
- Utiliser un mood board pour définir ses choix graphiques
- Mettre en place des pistes de recherche.
- Activité : Utilisation des styles de texte et de couleurs dans Figma

ENRICHISSEZ VOTRE VERSION « APERÇU DESKTOP »

- Activité : Concevez la maquette « aperçu desktop »
- Activité : Créez un prototype fonctionnel



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

MAQUETTE GRAPHIQUE WEB ET FIGMA - SUITE

INTRODUCTION

- Qu'est-ce que Figma ?
- Les atouts et enjeux du logiciel dans un environnement collaboratif

LE PROTOTYPAGE

- Les étapes de conception
- Le design d'interface
- L'architecture de l'information
- Les tendances du design
- Création de prototypes interactifs dans Figma : transitions, overlays, animations

DÉCOUVRIR L'INTERFACE D' XD

- L'écran d'accueil
- Barre de menus et barre d'outils
- Les panneaux de propriétés
- Moodboard

LES PLANS DE TRAVAIL ET REPÈRES

- Ajouter et gérer les plans de travail
- Manipuler les grilles et les repères

LES FORMES

- Créer des formes simples
- Créer des éléments vectoriels avec l'outil Plume
- Créer une icône

LES TEXTES

- Saisir du texte
- Importer des fichiers textes
- Gérer les styles de textes

LES IMAGES

- Importer des images
- Créer des masques

LES COULEURS

- Utiliser et gérer les couleurs
- Créer des dégradés de couleurs
- Générer des couleurs

SYMBOLES ET KIT UI

- Crée et manipuler les composants
- Sélectionner et utiliser des ressources de la communauté Figma
- Crée deux écrans d'application mobile (connexion/inscription)

PROTOTYPER

- Crée des interfaces responsives
- Définir un parcours utilisateur
- Crée les liens d'interactions
- Prévisualiser l'interface
- Gestion des interactions par prototypes dans Figma

PARTAGER

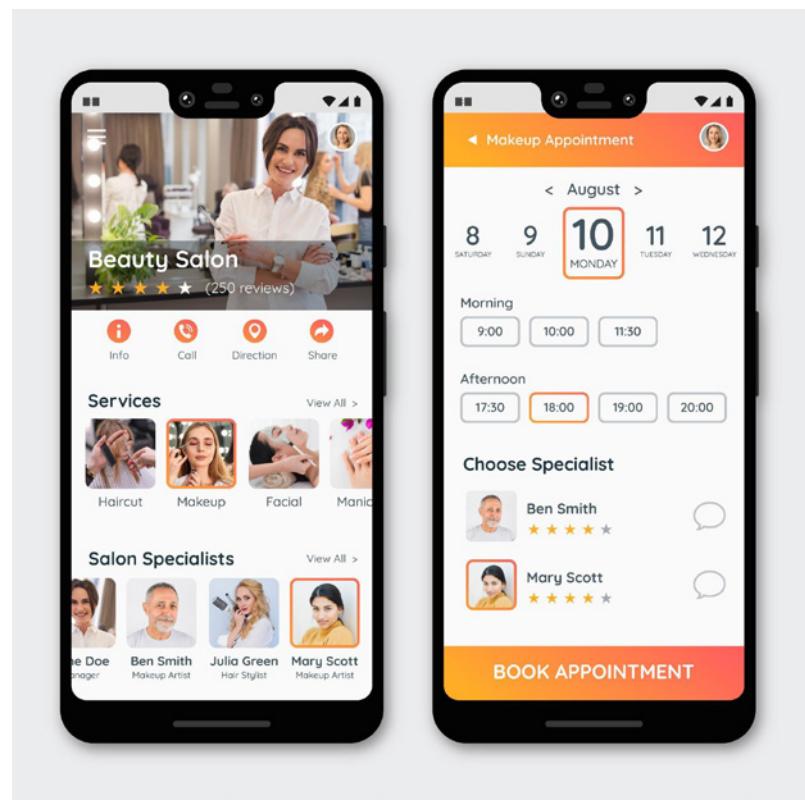
- Crée des liens de partage
- Déposer des commentaires
- Partage d'un prototype sur le web
- Partager les spécifications techniques (style guide)

TESTER

- Tester directement dans Figma ou via l'application mobile

LES PLUG-INS

- Téléchargements et installations de plug-ins



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum Moyens pédagogiques : 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning Modalités pédagogiques : Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle Modalités d'évaluation : Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

{ CONCEPTEUR UI

OBJECTIF

- Savoir gérer un projet de conception en prenant en compte l'utilisateur.
- Maîtriser les bases de l'UX dans le marketing digital
- Savoir intégrer des pages web en tenant compte du référencement, de l'accessibilité et de l'ergonomie.
- Savoir installer et adapter un cms e-commerce avec WordPress Woo commerce.
- Publier un site web dynamique.

25 jours

**175 heures
de formation**

PROGRAMME

- Gestion de projet Web méthodes Agiles et Scrum - 2 jours
- Design Thinking - 2 jours
- Cahiers des charges - 2 jours
- Etudes de la concurrences - 1 jour
- Intégration HTML5/CSS3 Perfectionnement/JavaScript/PHP - 5 jours dont 1 jour en blended learning
- WordPress Dynamique/BDD*PHP - 5 jours
- WordPress et Plug-in WooCommerce - 3 jours dont 1 jour en blended learning
- Marketing UX - 2 jours
- Mise en production de projet - 3 jours

CONTENU DU DISPOSITIF ET MODALITÉS D'ENCADREMENT ET D'ASSISTANCE PÉDAGOGIQUE :

Notre certification intègre un dispositif pédagogique d'E-learning qui s'appuie sur :

- La mise à disposition sur support analogique et/ou numérique des ressources nécessaires à la formation sur une plateforme de Blended Learning (alliant cours à distance, tutoriels, exercices et QCM en ligne avec Scoring)
- La vérification, la sécurité et la visibilité du temps passé par le bénéficiaire (compteur de temps de connexion), le scoring (résultats des QCM) et la possibilité d'éditer les statistiques.
- Une expérience supplémentaire en adéquation avec la formation en présentiel.
- Le relationnel via la plateforme avec le formateur pour répondre à toutes questions concernant les cours et révisions en ligne.
- Un accès de 2 mois sur notre plateforme de Blended Learning pour continuer à effectuer la totalité des cours et exercices en ligne.

Le stagiaire dispose, en plus de la formation en présentiel d'un accès à notre plateforme de E-learning pendant toute la durée de la formation.

GESTION DE PROJET WEB MÉTHODES AGILES ET SCRUM

PUBLIC Graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site...

PRÉ-REQUIS Bonne notion en HTML/CSS et connaître les principes de bases de la conception d'un site web

DURÉE 14 heures (2 jours)

OBJECTIFS Savoir mettre en place un projet de développement web en équipe. Clarifier et planifier le projet. Appliquer une méthodologie centrée sur la demande et la satisfaction client. Comprendre l'amélioration continue et l'importance de la qualité pour la réussite du projet

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et /ou certification

RAPPEL DES FONDAMENTAUX DE LA GESTION DE PROJET ET DE L'ÉLABORATION DE CAHIER DES CHARGES « STANDARD »

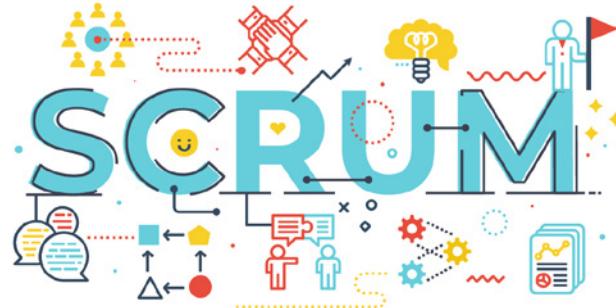
- Comprendre la portée et les enjeux
- Caractérisation des parties prenantes
- Identifier les parties prenantes et les composantes financières, organisationnelles et techniques
- Procéder à une analyse fonctionnelle des besoins (A.F.B)
- Procéder au recueil et au management des exigences
- Décrire le contenu du cahier des charges fonctionnel
- Prendre en compte les exigences normatives
- Définir la typologie de besoins et le cahier des charges
- Constituer les lots de travaux et répartir les rôles
- Comprendre la relation entre le cahier des charges et le sponsor du projet
- Le cahier des charges et le contrat d'achat ou de réalisation

DISTINCTIONS ENTRE MÉTHODES AGILE ET SCRUM

- Avantages de la méthode AGILE
- Avantages de la méthode SCRUM

LA MÉTHODE AGILE

- Valeurs fondamentales de la méthode AGILE
- Individus et interactions primant sur les processus et outils
- Fonctionnalités opérationnelles primant sur la documentation exhaustive
- Collaboration avec le client primant sur la contractualisation des relations
- Acceptation du changement primant sur la conformité aux plans
- Valeurs fondamentales de la méthode AGILE
- Satisfaire le client en priorité
- Accueillir favorablement les demandes de changement
- Livrer le plus souvent possible des versions de l'application
- Assurer une coopération permanente entre le client et l'équipe projet
- Construire des projets autour d'individus motivés
- Privilégier la conversation en face à face
- Mesurer l'avancement du projet en termes de fonctionnalités de l'application
- Faire avancer le projet à un rythme soutenable et constant
- Porter une attention continue à l'excellence technique et à la conception
- Faire simple
- Responsabiliser les équipes
- Ajuster à intervalles réguliers son comportement et ses processus pour être plus efficace



LA MÉTHODE SCRUM

- Les trois piliers de SCRUM/Transparence/Inspection/Adaptation
- Rôles de la méthode SCRUM

PROPRIÉTAIRE DU PRODUIT

- Explicite les éléments du cahier des charges, définit l'ordre de développement, orientation du projet, est garant de la visibilité et de la compréhension du carnet par l'équipe

MAÎTRE DE MÈLÉE

- Explicite les éléments du cahier des charges
- Communique la vision et les objectifs à l'équipe, apprend au propriétaire du produit à rédiger les composantes du carnet du produit, facilite les rituels du SCRUM
- Coache l'équipe de développement
- Facilite son intégration au projet/entreprise, écarte les éléments pouvant nuire à l'équipe, facilite l'adoption de la culture AGILE au niveau du projet/entreprise, coordonne plusieurs équipes de concert avec les facilitateurs/animateurs, le cas échéant
- Évènements de la méthode SCRUM
- Planification d'un sprint par réunion, revue du sprint, rétrospective du sprint
- Artéfacts de la méthode SCRUM
- Carnet du produit (« product backlog »), carnet de sprint (« sprint backlog »), incrément de produit (éléments utilisables – publiés ou non – qui remplissent la définition de « fini »)
- Lancement du projet, documentation/référentiel

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

DESIGN THINKING

PUBLIC Graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site...

PRÉ-REQUIS Une ouverture d'esprit, de la curiosité et une envie d'apprendre de nouvelles méthodes de travail.)

DURÉE 14 heures (2 jours)

Objectifs Maîtriser les fondamentaux du Design Thinking et ses 5 phases. | Développer une capacité d'empathie et d'écoute active. | Stimuler sa créativité et générer de nouvelles idées. | Construire des prototypes efficaces pour tester ses concepts. | Mettre en œuvre le Design Thinking dans ses projets professionnels.

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et /ou certification



LES FONDAMENTAUX DU DESIGN THINKING

- Définition, origines et principes fondamentaux.
- Pourquoi adopter cette approche ? Les bénéfices pour les entreprises et les individus.
- Présentation détaillée de chaque phase et leurs interconnexions.
- L'importance de l'itération dans le processus créatif.

L'EMPATHIE ET LA DÉFINITION

- L'empathie : clé de voûte du Design Thinking
- Comprendre les besoins, les désirs et les motivations des utilisateurs
- Méthodes d'observation : entretiens, enquêtes, ethnographie.
- Outils : persona, carte mentale (mindmap), parcours utilisateur, empathie map.
- Synthétiser les insights issus de la phase d'empathie.
- Formuler un problème clair et percutant.
- Outils : statement du problème, customer journey map.

DE L'IDÉATION À LA VALIDATION

- L'idéation : libérer la créativité
- Techniques de brainstorming, de mindmapping, de sketchstorming.
- Outil : moodboard
- Veille : s'inspirer des tendances et des innovations.
- L'importance de créer des prototypes rapidement.
- Les différents types de prototypes (low-fi, high-fi).
- Outils : outils de prototypage rapide (Sketch, Figma, InVision, Canva, Mockup ...).
- Mise en pratique sur un projet fictif : Les participants travailleront en équipe sur un projet concret pour appliquer les concepts appris. Ils passeront par toutes les phases du Design Thinking, de l'empathie à la validation, en utilisant les outils et les techniques vus en formation

Cas pratiques : études de cas d'entreprises ayant réussi grâce au Design Thinking.

Ateliers collaboratifs : travail en équipe pour résoudre des challenges.

Retour d'expérience :
témoignages de professionnels.

CETTE FORMATION VOUS PERMETTRA DE :

- Innover de manière plus efficace.
- Mieux comprendre vos utilisateurs et leurs besoins.
- Améliorer la qualité de vos produits et services.
- Développer une culture d'entreprise centrée sur l'utilisateur.

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

RÉDACTION D'UN CAHIER DES CHARGES TECHNIQUE

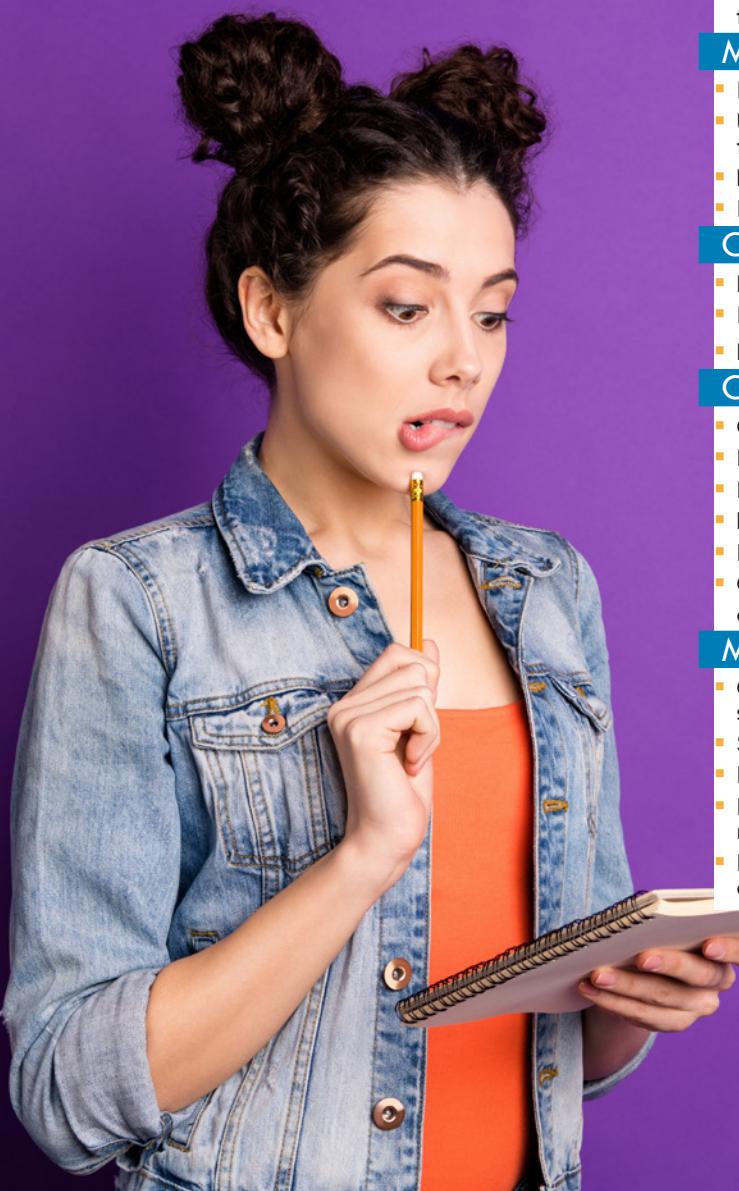
PUBLIC Graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site...

PRÉ-REQUIS Bonne notion en HTML/CSS et connaître les principes de bases de la conception d'un site web

DURÉE 7 heures (1 jour)

OBJECTIFS Analyser les besoins fonctionnels et techniques du projet. Construire et Maîtriser l'usage du cahier des charges

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et/ou certification



NOTION D'ANGLAIS COMMERCIAL

- Lexique et glossaire
- Présentation des outils de rédaction, traduction assistée par ordinateur

FIXATION DU CADRE GÉNÉRAL

- Comprendre la portée et les enjeux
- Caractérisation des parties prenantes.
- Identifier les parties prenantes et les composantes financières, organisationnelles et techniques

MISE EN ŒUVRE D'UNE MÉTHODOLOGIE EFFICACE

- Procéder à une analyse fonctionnelle des besoins (A.F.B)
- Utiliser les méthodes d'animation des groupes d'expression fonctionnelle des besoins (E.F.B)
- Faire l'analyse de la valeur (A.V)
- Procéder au recueil et au management des exigences

COMPOSITION DU CAHIER DES CHARGES FONCTIONNEL

- Décrire le contenu du cahier des charges fonctionnel
- Prendre en compte les exigences normatives
- Définir la typologie de besoins et le cahier des charges

CONSTRUCTION DU CAHIER DES CHARGES TECHNIQUE

- Caractéristiques constitution des lots de travaux
- Répartition des rôles
- Résultats attendus et niveaux de services
- Exigences de sécurité et de confidentialité
- Bases économiques
- Cahier des charges de référence et management des exigences (C.D.C.R.)

MAÎTRISE DE L'USAGE DU CAHIER DES CHARGES

- Comprendre la relation entre le cahier des charges et le sponsor du projet
- Situer le cahier des charges au cœur d'un appel d'offres
- Le cas particulier des appels d'offres de marchés publics
- Le cahier des charges et le contrat d'achat ou de réalisation
- Le cahier des charges de référence et le management des exigences (C.D.C.R.)

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

ÉTUDE DE LA CONCURRENCE DEMARQUE DIGITALE ET WEB

PUBLIC Graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site...

PRÉ-REQUIS Connaissance de base du marketing digital (SEO, SEA, réseaux sociaux). Compréhension des fondamentaux des stratégies web et e-commerce. Expérience ou familiarité avec les outils numériques (Google Analytics, outils de veille, etc.) est recommandée. Notions de base en analyse de données et d'interprétation des statistiques web.

DURÉE 7 heures (1 jour)

OBJECTIFS Comprendre l'importance de l'analyse concurrentielle dans un contexte digital. Acquérir des méthodologies pour identifier les concurrents directs et indirects. Utiliser des outils d'analyse de la concurrence digitale. Savoir élaborer une stratégie digitale compétitive.

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et/ou certification



INTRODUCTION À L'ÉTUDE DE LA CONCURRENCE

- Définition et enjeux : Pourquoi et comment analyser la concurrence sur le web ?
- Typologie des concurrents : Concurrents directs, indirects et substituts dans le digital.
- Études de cas : Exemples concrets de marques qui utilisent l'analyse concurrentielle avec succès.
- Identification de la marqueComprendre la portée et les enjeux
- Caractérisation des parties prenantes.
- Identifier les parties prenantes et les composantes financières, organisationnelles et techniques

IDENTIFICATION DES CONCURRENTS ET POSITIONNEMENT DE LA MARQUE

- Cartographie des acteurs du marché : Outils et méthodes pour identifier les concurrents (Google, réseaux sociaux, marketplaces)
- Analyse SWOT (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces) : Comprendre la position de sa marque par rapport à la concurrence
- Études sectorielles : Comment repérer les tendances de marché

ANALYSE DES STRATÉGIES DIGITALES DES CONCURRENTS

- Analyse des sites web : Ergonomie, contenu, SEO, performances techniques
- Stratégies de contenu et réseaux sociaux : Comparaison des canaux de communication et des stratégies de branding
- Stratégies publicitaires : SEA (Google Ads, Facebook Ads) et retargeting
- Études de cas : Benchmark des meilleures pratiques sur les canaux digitaux

UTILISATION DES OUTILS D'ANALYSE CONCURRENTIELLE

- Outils d'analyse SEO et SEM : SEMrush, Ahrefs, Google Analytics, Google Trends.
- Analyse des backlinks et du positionnement sur les moteurs de recherche.
- Analyse des performances des réseaux sociaux : Outils comme Hootsuite, Sprout Social.
- Suivi des actions des concurrents avec des outils de veille : Mention, Buzzsumo, etc

ÉLABORATION D'UNE STRATÉGIE COMPÉTITIVE

- Créer une stratégie de différenciation : Comment se démarquer dans un environnement saturé ?
- Optimiser sa présence digitale : Référencement naturel, création de contenu de qualité, innovation
- Études de cas : Stratégies gagnantes de marques digitales émergentes

ÉLABORATION D'UNE STRATÉGIE COMPÉTITIVE

- Étude de cas personnalisée : Analyse concurrentielle appliquée à une marque choisie par les participants
- Synthèse des apprentissages clés et élaboration d'un plan d'action pour surveiller les concurrents
- Échanges et Q&A : Réponses aux questions et réflexion sur les prochaines étapes

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

HTML5 CSS3 PERFECTIONNEMENT JAVASCRIPT

PUBLIC Graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site...

PRÉ-REQUIS Avoir suivi la formation HTML initiation ou avoir des bonnes bases d'intégration en HTML5/CSS3

DURÉE 35 heures (5 jours)

OBJECTIFS Maîtriser complètement l'intégration d'un site web en HTML5 et CSS3 jusqu'à sa publication en ligne. Actualisation des connaissances en HTML, CSS et utilisation du JavaScript (via jQuery), le langage complémentaire à un usage des navigateurs toutes générations

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et /ou certification

HTML5 AVANCÉ

- Rappels des bases du HTML5
- Structuration avancée des pages HTML : sections, articles, headers, footers, et asides
- Utilisation des balises sémantiques pour l'accessibilité et le SEO
- Gestion des formulaires complexes avec HTML5
- Intégration de médias (vidéo, audio) et contrôle de leur comportement
- Manipulation des attributs data-* pour l'intégration avec JavaScript
- Bonnes pratiques pour le développement HTML

CSS3 AVANCÉ

- Introduction aux concepts avancés : Grilles (CSS Grid) et Flexbox
- Positionnement avancé d'éléments
- Utilisation de @media pour la gestion du responsive design
- Animation avec CSS3 : transitions, transformations, et animations clés
- Pseudo-classes et pseudo-éléments pour des effets interactifs
- Variables CSS pour une gestion dynamique des styles

JAVASCRIPT - NOTION DE BASE

- Introduction à JavaScript : syntaxe, variables, et types de données
- Structures conditionnelles et boucles
- Manipulation du DOM (Document Object Model) : sélection et modification d'éléments HTML
- Gestion des événements (clic, soumission de formulaire, etc)
- Validation de formulaires avec JavaScript
- Introduction aux fonctions et gestion des événements utilisateur

JAVASCRIPT - APPROFONDISSEMENT

- Introduction aux tableaux et objets
- Manipulation dynamique du contenu HTML avec JavaScript
- Les API du Web : utilisation de Fetch pour interagir avec des services externes (exemple : API REST)
- Introduction à la programmation asynchrone
- Gestion des erreurs et débogage
- Introduction aux frameworks JavaScript (vue d'ensemble, sans pratique détaillée)

INTRODUCTION AU PHP

- Introduction à PHP : présentation, installation et premiers scripts
- Variables, opérateurs et structures de contrôle en PHP
- Traitement des formulaires HTML avec PHP
- Introduction aux bases de données (MySQL) : connexion et requêtes simples
- Insertion, mise à jour et suppression de données depuis un formulaire HTML
- Bonnes pratiques pour la sécurisation des formulaires (introduction à la validation et aux injections SQL)

SUBSCRIBE
TO GET THE
LATEST

| |
|------------------|
| FULL NAME |
| ENTER EMAIL |
| SUBSCRIBE |

LOREM IPSUM DOLOR
SIT AMET

CURRENT → PROJECTS



LOREM IPSUM DOLOR SIT
AMET, CONSETETUER
ADIPISCING ELIT



LOREM IPSUM DOLOR SIT
AMET, CONSETETUER
ADIPISCING ELIT

LOREM IPSUM DOLOR SIT
AMET, CONSETETUER
ADIPISCING ELIT



LOREM IPSUM DOLOR SIT
AMET, CONSETETUER
ADIPISCING ELIT

+

FULL NAME

+

FULL NAME

+

FULL NAME



LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSETETUER ADIPISCING ELIT, SED DIAM NONUM MY NIBH EUISMOD TINCIDUNT UT LAOREET DOLORE MAGNA ALIQUAM ERAT VOLUTPAT.

← ABOUT

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSETETUER ADIPISCING ELIT, SED DIAM NONUM MY NIBH EUISMOD TINCIDUNT UT LAOREET DOLORE MAGNA ALIQUAM ERAT VOLUTPAT.

UT WISI ENIM AD MINIM VENIAM, QUIS NOSTRUD EXERCI TATION ULLAMCORPER SUSCIPIT LOBORTIS NISL UT ALIQUIP EX EA COMMODO CONSEQUAT.

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSETETUER ADIPISCING ELIT

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

JAVASCRIPT - LES FONDAMENTAUX

■ TOUS NIVEAUX

JavaScript est un langage informatique qui permet de dynamiser les sites Internet. Il s'associe donc à l'HTML et au CSS dans la création des pages web. Avec Javascript, vous pourrez par exemple modifier l'apparence d'un contenu sans repasser par le serveur, animer des images, contrôler du contenu multimédia. Avec cette formation, faites l'acquisition des notions de base de JavaScript et améliorer votre employabilité.

PROGRAMME

- Avant de commencer ce cours
- Orientation
- Reprenons par la base
- Les variables et les opérateurs
- Demander des informations
- Tout sur les fonctions
- Exerçons-nous sur les fonctions
- La logique avec JavaScript
- Projet #1 - Calculatrice
- Les fonctions et la logique
- Exercice sur les fonctions récursives
- Tout savoir sur les tableaux
- Notions avancées
- Utilisons le potentiel de JavaScript
- Parlons du BOM (Browser Object Model)
- Communiquons avec un site internet
- Modifions le style de nos éléments
- Projet #2 - Cas pratique
- Les évènements
- Exercices sur les évènements
- Projet #3 - Générateur de citations
- Projet #4 : Les formulaires et JavaScript
- La programmation orientée objet
- Projet #5 - Fight Simulator
- Devenez maître du temps
- Utiliser les API
- Projet #6 - Une application météo
- Utilisons les requêtes asynchrones
- Stocker des données dans le navigateur
- Projet #7 : Créer un thème qui se souvient de nous
- Et si on écrivait plus vite avec jQuery ?
- Les inclassables
- Projet #8 guidé - Application de météo géolocalisée
- Conclusion

PRÉREQUIS

Aucun

DURÉE

Environ 7 heures

PUBLIC CONCERNÉ

Tous publics

Sous-Titrages

Sans audio description ni sous-titrage

INTERVENANT

Disposant de plusieurs années d'expérience dans l'enseignement de cette discipline

ACCESIBILITÉ

Formations en distanciel
accessibles aux personnes à mobilité réduite

Audiodescription et sous titrage
non disponibles

■ Objectifs pédagogiques

- Acquérir les notions de base de JavaScript .
- Exploiter les principaux frameworks.
- Être capable d'exploiter Javascript pour dynamiser un site web..

■ Matériel nécessaire

- Disposer d'un ordinateur ou d'une tablette
- Une connexion Internet

■ Modalités d'évaluation des acquis

- Auto-évaluation sous forme de questionnaires. Exercices sous formes d'ateliers pratiques. Questionnaire de positionnement & Évaluation à chaud.

■ Moyens pédagogiques et techniques

- Accès au cours en ligne
- Cours théorique au format vidéo
- Accessible via un ordinateur ou une tablette Assistance par téléphone et/ ou email

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum Moyens pédagogiques : 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning Modalités pédagogiques : Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle Modalités d'évaluation : Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

WORDPRESS AVANCÉ

PUBLIC Graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site...

PRÉ-REQUIS Connaissances de base en HTML, CSS, maîtrise de WordPress

DURÉE 35 heures (5 jours)

OBJECTIFS Maîtriser l'architecture profonde de WordPress, apprenez à interagir avec la base de données de WordPress pour des requêtes personnalisées. Créez des structures de contenu sur mesure pour répondre à vos besoins spécifiques. Maîtrisez la création de templates personnalisés et l'intégration de variables PHP ou de scripts Javascript. Créez des formulaires dynamiques et gérez efficacement les données soumises. Améliorez la visibilité de votre site et sa vitesse de chargement. Protégez votre site contre les menaces les plus courantes. Apprenez à déployer votre site en toute sécurité

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et /ou certification

Cette formation intensive de 5 jours est conçue pour les développeurs web, les créateurs de contenu et les professionnels du marketing digital souhaitant approfondir leurs connaissances en WordPress et passer à un niveau supérieur de personnalisation et d'optimisation de leurs sites web.

Au-delà des bases, vous plongerez dans les mécanismes internes de WordPress, découvrirez des techniques avancées de développement et apprendrez à optimiser votre site pour une meilleure performance et un meilleur référencement.

LES FONDAMENTAUX DE WORDPRESS

- Introduction à WordPress :
- Qu'est-ce que WordPress ?
- Pourquoi choisir WordPress ?
- Les différentes typologies de sites réalisables avec WordPress.
- Présentation générale du tableau de bord.
- Tableau de bord: Explication des notifications, des activités récentes et des statistiques
- Articles: Création, édition, catégories, tags, statut (brouillon, publié, etc.)
- Pages: Création de pages statiques, hiérarchisation des pages (parent/enfant).
- Médias: Téléchargement d'images, de vidéos et d'autres fichiers.
- Bibliothèque : Organisation des médias, édition des images
- Menus: Création de menus de navigation : ajout de pages, d'articles, de catégories.
- Extensions: Présentation du répertoire d'extensions, installation et activation
- Thèmes: Personnalisation de l'apparence du site, choix d'un thème, activation d'un thème enfant
- Widgets: Ajout de widgets dans les zones de widgets : présentation des widgets par défaut (recherche, archives, catégories...)
- Architecture de WordPress : Plongeons en profondeur dans la structure de WordPress : le cœur de WordPress, les thèmes, les plugins, la boucle WordPress, le fichier functions.php
- La base de données SQL : Introduction aux bases de données relationnelles, présentation de la base de données WordPress, les tables clés (wp_posts, wp_users, wp_options, etc.), les relations entre les tables
- Les requêtes SQL de base : Exemples de requêtes pour récupérer des informations sur les posts, les utilisateurs, les options
- Les taxonomies : catégories, tag

TYPES DE CONTENUS PERSONNALISÉS (CPT) ET CHAMPS PERSONNALISÉS

- Les CPT en détail: Création et gestion des CPT, taxonomies personnalisées, métaboxes, exemples concrets d'utilisation.
- ACF (Advanced Custom Fields): Présentation approfondie d'ACF, création de champs personnalisés, groupes de champs, relations, répéteurs
- Configuration de la base de données avec ACF : Optimisation des champs, performances, sauvegarde et restauration.
- Les variables : Qu'est-ce qu'une variable ? Types de variables
- Utilisation des variables dans WordPress

TEMPLATING ET THÈME BUILDER

- Installer un thème enfant
- CSS additionnels : ajouter des CSS additionnels pour personnaliser l'apparence visuelle de son site internet. Créer des class CSS et savoir surcharger son thème avec des styles personnalisés
- Définir les CPT custom post type d'un projet, les taxonomies, les champs additionnels nécessaires
- Afficher les contenus dynamiques : la grille, le post, la navigation dans les posts
- Thème Builder: Présentation des outils de création de thèmes visuels (no-code), avantages et inconvénients
- Intégration de variables PHP: Affichage dynamique du contenu, création de shortcodes personnalisés, utilisation des fonctions PHP avancées
- Les fonctions PHP : Création de fonctions de bases personnalisées, passage d'arguments, retour de valeurs
- Le Javascript : utilisation de scripts dans WordPress

FORMULAIRES ET GESTION DE DONNÉES

- Création de formulaires: Contact Forms 7, Gravity Forms, Divi Form ... comparaison des plugins, intégration personnalisée
- Gestion des soumissions: Envoi d'emails, stockage des données, création de notifications
- Extensions indispensables
- Intégration avec des services tiers API : opt-in, Mailchimp, Stripe, PayPal, Google Map ...

OPTIMISATION, SÉCURITÉ ET MISE EN PRODUCTION

- Optimisation du code: Minification CSS, Minification Javascript, lazy loading des images
- Caching: Mise en place d'un cache efficace (WP Rocket, W3 Total Cache)
- Sécurisation de WordPress: Mots de passe forts, mises à jour régulières, plugins de sécurité
- Sauvegardes et restauration: Stratégies de sauvegarde, plugins de sauvegarde
- Mise en production: Hébergement, nom de domaine, configuration du serveur
- Extensions indispensables: Liste des plugins recommandés pour différents besoins (sécurité, SEO, performance, etc.)

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

L'ESSENTIEL DE WORDPRESS 5

■ TOUS NIVEAUX

WordPress est un logiciel libre utilisé pour créer des sites, des blogs ou des applications. Apprenez les fondamentaux pour créer un site web avec cette formation pour débutant.

PROGRAMME

- Acheter un nom de domaine
- L'interface de Wordpress
- Quiz - Interface
- Apparence | La gestion du thème
- Quiz - Gestion de thème
- Créer des pages avec Gutenberg
- Quiz - Gutenberg
- Atelier - Créer une page avec Gutenberg
- Créer des pages
- Ajouter des pages avec Elementor
- QUIZ - Elementor
- Les articles
- Avançons ensemble
- Les extensions / Plugins



PRÉREQUIS

Aucun

DURÉE

Environ 10 heures

PUBLIC CONCERNÉ

Tous publics

Sous-Titrages

Sans audio description ni sous-titrage

INTERVENANT

Disposant de plusieurs années d'expérience dans l'enseignement de cette discipline.

ACCESIBILITÉ

Formations en distanciel
accessibles aux personnes à mobilité réduite

Audiodescription et sous titrage non disponibles.

■ Objectifs pédagogiques

- Savoir installer WordPress
- Être capable de configurer Wordpress
- Savoir installer et configurer les bons plugins
- Savoir ajouter et gérer les contenus
- Être capable de gérer les thèmes et créer des pages
- Différencier les Articles, Catégories et Pages WordPress..

■ Matériel nécessaire

- Disposer d'un ordinateur ou d'une tablette
- Une connexion Internet

■ Modalités d'évaluation des acquis

- Auto-évaluation sous forme de questionnaires. Exercices sous formes d'ateliers pratiques. Questionnaire de positionnement & Évaluation à chaud.

■ Moyens pédagogiques et techniques

- Accès au cours en ligne
- Cours théorique au format vidéo
- Accessible via un ordinateur ou une tablette Assistance par téléphone et/ou email

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - **13006 Marseille** et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

WORDPRESS ET LE PLUG-IN WOO COMMERCE

PUBLIC Graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site...

PRÉ-REQUIS Avoir suivi la formation WordPress Initiation, une formation équivalente, ou attester de son niveau.

DURÉE 21 heures (3 jours) dont 1 jour en blended learning

OBJECTIFS Apprendre à gérer le E-commerce sur WordPress. Faire de la vente et gérer de vos produits, utiliser différents systèmes de paiement (Paypal, CB), générer des statistiques de vente, ajouter des plug-ins spécifiques (meilleures ventes, promotions, etc), calculer les différents coûts de transport et des taxes, mettre en place une gestion des stocks

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et/ou certification

DÉCOUVRIR LES SITES DE E-COMMERCE COMPRENDRE CE QU'EST WOO COMMERCE)

- Installer Woo commerce
- Installer un thème Woo commerce
- Intégrer les exemples de produits

PARAMÉTRER SA BOUTIQUE

- Paramétrage général
- Paramétrier son catalogue en ligne
- Les permaliens
- Les comptes client
- Configurer les e-mails de sa boutique en ligne
- L'e-mailings pour votre E-commerce
- Modes de paiements
- Options de commande
- Payer en ligne par carte de crédit
- La taxation de sa boutique
- Faire l'inventaire des produits en ligne
- Gérer les produits de sa boutique
- Ajouter un nouveau produit
- Les données des produits
- Catégories de produits
- Images aux produits
- Noter et commenter les produits
- Modes de livraison

PERSONNALISER SA BOUTIQUE

- Les meilleurs plug-ins pour faire du E-commerce avec WordPress
- Page d'accueil de l'e-boutique

GÉRER LES VENTES

- Gérer les commandes de sa boutique en ligne
- Analyser les ventes de son site E-commerce



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

WOOCOMMERCE

■ TOUS NIVEAUX

Avec cette formation, apprenez les fondamentaux essentiels pour créer une boutique en ligne personnalisée avec l'extension WooCommerce. Vous développerez les compétences nécessaires pour concrétiser vos idées dans le domaine du e-commerce.

PROGRAMME

- Introduction
- Installation et réglages
- Crée des produits
- Modifier l'apparence
- Crée des pages

PRÉREQUIS

Aucun

DURÉE

Environ 10 heures

PUBLIC CONCERNÉ

Tous publics

Sous-Titrages

Sans audio description ni sous-titrage

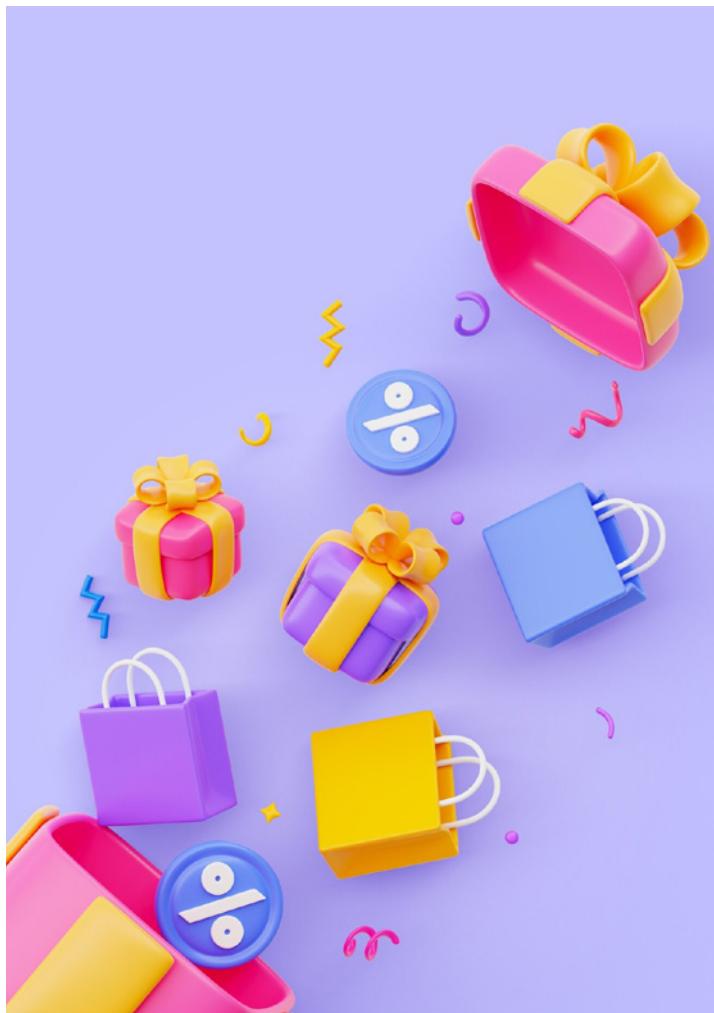
INTERVENANT

Disposant de plusieurs années d'expérience dans l'enseignement de cette discipline.

ACCESIBILITÉ

Formations en distanciel accessibles aux personnes à mobilité réduite

Audiodescription et sous titrage non disponibles.



■ Objectifs pédagogiques

- Savoir installer WordPress.
- Être capable de configurer Wordpress
- Savoir installer et configurer les bons plugins.
- Savoir ajouter et gérer les contenus.
- Être capable de gérer les thèmes et créer des pages.
- Différencier les Articles, Catégories et Pages WordPress.

■ Matériel nécessaire

- Disposer d'un ordinateur ou d'une tablette
- Une connexion Internet

■ Modalités d'évaluation des acquis

- Auto-évaluation sous forme de questionnaires. Exercices sous formes d'ateliers pratiques. Questionnaire de positionnement & Évaluation à chaud.

■ Moyens pédagogiques et techniques

- Accès au cours en ligne
- Cours théorique au format vidéo
- Accessible via un ordinateur ou une tablette Assistance par téléphone et/ou email

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum Moyens pédagogiques : 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning Modalités pédagogiques : Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle Modalités d'évaluation : Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

LE STORY TELLING

- TOUS NIVEAUX

Explorez le pouvoir du storytelling dans le marketing à travers notre cours. Maîtrisez la boîte à outils du marketing narratif, apprenez les notions essentielles de la narration, perfectionnez votre communication client, et développez une histoire captivante pour affiner votre marque.

PROGRAMME

- Aperçu du cours
- Boîte à outils du marketing narratif
- Notions essentielles sur la narration
- Communiquer avec les clients
- Peaufiner votre marque
- Bâtir votre histoire
- Peaufiner votre histoire



PRÉREQUIS

Aucun

DURÉE

Environ 50 mn

PUBLIC CONCERNÉ

Tous publics

Sous-Titrages

Sans audio description ni sous-titrage

INTERVENANT

Disposant de plusieurs années d'expérience dans l'enseignement de cette discipline.

ACCESSEURITÉ

Formations en distanciel accessibles aux personnes à mobilité réduite

Audiodescription et sous titrage non disponibles.

■ Objectifs pédagogiques

- Acquérir les compétences de base du marketing narratif.
- Maîtriser les outils pratiques du storytelling en marketing.
- Développer des compétences de communication efficace avec les clients.
- Créer et peaufiner une histoire captivante pour renforcer la marque.

■ Matériel nécessaire

- Disposer d'un ordinateur ou d'une tablette
- Une connexion Internet

■ Modalités d'évaluation des acquis

- Auto-évaluation sous forme de questionnaires. Exercices sous formes d'ateliers pratiques. Questionnaire de positionnement & Évaluation à chaud.

■ Moyens pédagogiques et techniques

- Accès au cours en ligne
- Cours théorique au format vidéo
- Accessible via un ordinateur ou une tablette Assistance par téléphone et/ou email

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum Moyens pédagogiques : 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning Modalités pédagogiques : Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle Modalités d'évaluation : Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

MARKETING DIGITAL ORIENTÉ EXPÉRIENCE UTILISATEUR

PUBLIC Graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site...

PRÉ-REQUIS Connaissance de base du marketing digital et une forte curiosité pour l'expérience utilisateur

DURÉE 14 heures (2 jours)

OBJECTIFS Maîtriser les bases de l'UX dans le marketing digital, afin d'améliorer l'engagement client en personnalisant les interactions sur divers canaux. Les participants apprendront à analyser le parcours client et à optimiser l'expérience utilisateur pour maximiser la performance

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et/ou certification

LES FONDAMENTAUX DE L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR

- Chiffres clés et données statistiques
- Définition et importance de l'expérience utilisateur dans le marketing digital
- Les différents niveaux d'expérience utilisateur
- Les étapes clés du parcours client
- Les points de contact entre l'entreprise et le client
- Les scénarios utilisateur
- Comprendre les besoins et les émotions des utilisateurs
- Les outils pour développer l'empathie

ADAPTER LES PERSONAS BUYER AUX CANAUX DE COMMUNICATION

- Approfondir la connaissance des personas buyer
- Personnaliser les messages et les contenus en fonction des différents canaux de communication
- Optimiser la stratégie marketing en alignant les personas avec les canaux les plus pertinents

SPÉCIFICITÉS DE DIFFÉRENTS CANAUX MARKETING UX

- Identifier les réseaux sociaux privilégiés par chaque persona
- Adapter le ton, le format et la fréquence des publications
- Utiliser les fonctionnalités spécifiques de chaque plateforme (stories, reels, etc)
- Segmenter les listes d'emails en fonction des personas
- Personnaliser les objets et les contenus des emails
- Optimiser les taux d'ouverture et de clic
- Adapter les mots-clés et les contenus en fonction des requêtes des différents persona
- Optimiser l'expérience utilisateur sur le site web
- Cibler les publicités en fonction des caractéristiques des persona
- Créer des annonces personnalisées pour chaque segment
- Mesurer la performance des campagnes
- Distinguer le marketing d'influence, du marketing de contenu

SPÉCIFICITÉS DE DIFFÉRENTS CANAUX MARKETING UX

- Identifier les réseaux sociaux privilégiés par chaque persona
- Adapter le ton, le format et la fréquence des publications
- Utiliser les fonctionnalités spécifiques de chaque plateforme (stories, reels, etc)
- Segmenter les listes d'emails en fonction des personas
- Personnaliser les objets et les contenus des emails
- Optimiser les taux d'ouverture et de clic
- Adapter les mots-clés et les contenus en fonction des requêtes des différents persona
- Optimiser l'expérience utilisateur sur le site web
- Cibler les publicités en fonction des caractéristiques des persona
- Créer des annonces personnalisées pour chaque segment
- Mesurer la performance des campagnes
- Distinguer le marketing d'influence, du marketing de contenu

LE PARCOURS CLIENT : CONCEPTION ET OPTIMISATION

- Qu'est-ce qu'une empathy map ?
- Présentation de l'outil et de ses différentes dimensions
- Comment utiliser l'empathy map pour mieux comprendre ses utilisateurs
- Le customer journey map :
- Construction d'un parcours client détaillé
- Identification des points de friction et des opportunités d'améliorationLes différents touchpoints :
- Analyse des interactions entre l'utilisateur et la marque à chaque étape du parcours
- Optimisation du parcours client :
- Mise en place de stratégies pour améliorer l'expérience utilisateur à chaque étape

MESURER ET AMMÉLIORER L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR

- Les indicateurs clés de performance (KPI) :
- Taux de rebond, durée moyenne de session, taux de conversion
- Les outils d'analyse : Google Analytics, heatmaps, enquêtes de satisfaction
- Les méthodes d'amélioration continue : Les A/B tests, l'itération

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

MISE EN PRATIQUE D'UN PROJET DE PRODUCTION D'UNE CONCEPTION DIGITALE UX/UI

PUBLIC Graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site...

PRÉ-REQUIS Connaissances de base en design graphique ou digital. Maîtrise des outils informatiques de base (traitement de texte, navigation web, etc.). Une première expérience dans la conception web ou mobile est un plus mais non obligatoire. Notions de gestion de projet digital (conseillé, mais non requis)

DURÉE 21 heures (3 jours)

OBJECTIFS Maîtriser les bases UX/UI : Comprendre et appliquer les fondamentaux d'un projet UX/UI, de la recherche utilisateur à la création d'un prototype. Compétences analytiques : Mener des recherches utilisateur et définir des personas. Outils de conception : Utiliser Figma, Sketch ou Adobe XD pour créer des wireframes et prototypes. Améliorer les parcours : Concevoir des interfaces intuitives et performantes. Tester et itérer : Effectuer des tests utilisateurs et ajuster les prototypes

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et/ou certification

INTRODUCTION ET RECHERCHE UTILISATEUR

- **Introduction à l'UX/UI et méthodologie de projet**
 - Définition et importance de l'UX et de l'UI : Comprendre les différences et complémentarités
 - Présentation des étapes clés d'un projet UX/UI : Du concept à la réalisation
 - Cas pratiques d'applications réussies d'UX/UI
 - **Comprendre les besoins des utilisateurs**
 - Recherche utilisateur : Pourquoi et comment recueillir des informations sur les utilisateurs ?
 - Méthodes de recherche : Interviews, sondages, focus groups, analyse des données utilisateur
 - Personas et parcours utilisateurs : Création de profils types pour mieux comprendre les besoins
 - Atelier pratique : Élaboration de personas et définition de parcours utilisateurs pour un projet donné
- **Définition des objectifs du projet et des exigences fonctionnelles**
 - Définir les objectifs du produit : Comment concilier les besoins utilisateurs avec les objectifs business
 - Storyboards et scénarios d'utilisation : Visualisation des étapes d'interaction utilisateur
 - Atelier pratique : Rédaction de scénarios d'utilisation et création de storyboards

CONCEPTION ET PROTOTYPAGE

- **EConception UX : Architecture de l'information et wireframes**
 - Architecture de l'information : Structurer le contenu pour une navigation intuitive
 - Wireframing : Création de wireframes basse fidélité pour organiser les éléments clés de l'interface
 - Atelier pratique : Conception de wireframes d'un projet réel (avec Figma, Sketch ou Adobe XD)
- **Prototypage et test utilisateur**
 - Prototypage rapide : Utiliser des outils comme Figma ou Adobe XD pour créer des prototypes interactifs
 - Importance des tests utilisateurs : Comment réaliser des tests pour valider les hypothèses de conception
 - Méthodes de tests utilisateurs : Tests modérés, A/B testing, feedback en direct
 - Atelier pratique : Crédit d'un prototype interactif et préparation des tests utilisateurs

DESIGN UI ET FINALISATION DU PROJET

- **Conception UI : Principes et bonnes pratiques**
 - Principes fondamentaux du design UI : Couleurs, typographie, espaces, et contrastes
 - Systèmes de design : Harmoniser les composants visuels pour une interface cohérente (Design Systems)
 - Accessibilité numérique : Concevoir des interfaces accessibles à tous
 - Atelier pratique : Appliquer les principes de design UI à une interface existante
- **Itération et finalisation du projet**
 - Retours sur les tests utilisateurs : Comment intégrer les feedbacks pour améliorer l'interface
 - Affiner l'interface : Apporter des modifications finales en fonction des résultats des tests
 - Livraison et documentation : Présentation du produit final aux parties prenantes, documentation des choix UX/UI
 - Atelier pratique : Finalisation et présentation du projet UX/UI avec retours en groupe



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

{ MOTION DESIGNER

OBJECTIF

- Savoir réaliser un montage vidéo et créer un projet de vidéo animé
- Appliquer la méthodologie et les techniques de conception professionnelle, en utilisant les fonctionnalités du logiciel Adobe Première Pro
- Animer un design statique et créer des animations en 2D à intégrer dans une vidéo
- Savoir respecter les problématiques de l'animation et en utilisant les fonctionnalités du logiciel Adobe After Effects

28 jours

**196 heures
de formation**

PROGRAMME

- Montage vidéo avec Premiere Pro - 5 jours dont 1 jour en exercice pratique individuel de montage
- Motion Design avec After Effects - 5 jours dont 1 jour en exercice pratique individuel de réalisation
- Intégrer du son dans une vidéo avec Adobe Audition - 3 jours
- Monter et étalonner une vidéo avec Da Vinci Resolve - 5 jours
- Montage vidéo avec Premiere Pro Perfectionnement - 5 jours
- Motion Design avec After Effects Perfectionnement - 5 jours

CONTENU DU DISPOSITIF ET MODALITÉS D'ENCADREMENT ET D'ASSISTANCE PÉDAGOGIQUE :

Notre certification intègre un dispositif pédagogique d'E-learning qui s'appuie sur :

- La mise à disposition sur support analogique et/ou numérique des ressources nécessaires à la formation sur une plateforme de Blended Learning (alliant cours à distance, tutoriels, exercices et QCM en ligne avec Scoring)
- La vérification, la sécurité et la visibilité du temps passé par le bénéficiaire (compteur de temps de connexion), le scoring (résultats des QCM) et la possibilité d'éditer les statistiques.
- Une expérience supplémentaire en adéquation avec la formation en présentiel.
- Le relationnel via la plateforme avec le formateur pour répondre à toutes questions concernant les cours et révisions en ligne.
- Un accès de 2 mois sur notre plateforme de Blended Learning pour continuer à effectuer la totalité des cours et exercices en ligne.

Le stagiaire dispose,
en plus
de la formation
en présentiel
d'un accès à notre
**plateforme de
E-learning**
pendant toute la durée
de la formation.

MONTAGE VIDÉO AVEC PREMIERE PRO

PUBLIC Graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site...

PRÉ-REQUIS Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows)

DURÉE 35 heures (5 jours) dont 1 jour de formation en E-learning

OBJECTIFS Réaliser des montages vidéo numérique, acquérir la maîtrise des fondamentaux du logiciel de montage d'Adobe, le montage, l'étalonnage, l'audio, les effets, l'encodage...

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et/ou certification

GESTION DES MÉDIAS ET ACQUISITIONS

- Principes de base de la vidéo numérique
- Le signal vidéo, les formats standards, notion de codec
- Formats HD (HDV, AVCHD, P2, XDcam...)
- Présentation de l'interface
- Personnalisation de l'espace de travail
- Notion et paramétrage du projet
- Préférences utilisateur
- Méthode d'importation des médias source et gestion des supports HD (carte P2, XDCam, AVCHD,...)
- Montage en mode natif des nouveaux formats

TECHNIQUES DE MONTAGE, OUTILS ET ANIMATION

- Règles générales et vocabulaire du montage
- Montage en modes insertion et incrustation
- Montage 2, 3 et 4 points
- Les raccourcis clavier de lecture, points d'entrée, de sortie et de montage
- Manipulation des clips sur la time line
- Ajout et suppression de pistes audio et vidéo
- Synchronisation et désynchronisation
- Fenêtre raccord (T)
- Imbrication de séquences
- Animations à l'aide des images clés
- Gestion des images clés
- Description des outils de la palette
- Importation et animation des fichiers Photoshop multi calques

TRANSITIONS ET FILTRES

- Fonctionnement, principe et justification des transitions
- Les transitions courantes
- Réglages des transitions dans la fenêtre option d'effets
- Les transitions audio
- Les effets standards
- Réglage des filtres dans la fenêtre Option d'Effets
- Animation de filtres avec les Images clés
- Superposition de filtres vidéo
- Règles de titrage et zone admissible
- Enregistrement de modèles de titre
- Titrage et outil plume
- Générique déroulant

MONTAGE ET MIXAGE AUDIO

- Split audio en J et split en L
- Rappel des notions acoustiques de base
- Niveaux d'enregistrement et de diffusion
- Gain audio et normalisation
- Type de piste (mono, stéréo et 5.1)
- Cross-fades
- Filtres audio Premiere CC et Isotope
- Synchronisation automatique des formes d'onde audio
- Niveau général de sortie et automation
- Mixage audio avec le panneau
- Mixage des éléments audio

CORRECTION DE L'IMAGE ET EXPORTATIONS

- Outils de contrôle : vectorscope, forme d'onde YC, Parade RVB
- Notions d'étalonnage
- Réglage de la balance des blancs
- Outils de correction chromatique
- Correcteur chromatique rapide et 3 voies
- Les différents formats d'exportation et de diffusion
- Paramétrage de l'encodage dans Adobe Media Encoder
- L'exportation d'un master

ENRICHIR SES MONTAGES / PASSAGE À UN MONTAGE PROFESSIONNEL

- Outils de trim
- Raccourcis de trim image par image
- Match frame
- Déplacer dessus et déplacer dessous
- Création de ralentis et accélérés progressifs (Remappage temporel)
- Étalonnage multi caméras
- Montage multi-caméras (réalisation d'un clip musical tourné avec 9 caméras)
- Raccourcis principaux
- Remplacement d'un métrage
- Split en J et split en L (décalage image et son)
- Création de transitions personnalisées

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

MONTAGE VIDÉO AVEC PREMIERE PRO - SUITE



HABILLAGE ET ANIMATIONS CRÉATIVES

- Split screen
- Création de fonds personnalisés
- Intérêt d'une nouvelle vidéo noire et transparente
- Application d'effets à plusieurs éléments
- Modifications et cumuls de filtres
- Dynamic Link : L'interaction avec After Effects
- Création des animations par séquences imbriquées
- Utilisation des modèles de titrage
- Interpolation spatiale et temporelle des points clés
- Création et animation de caches (plume et courbes de Bézier)
- Création de cache avec couche alpha sur Photoshop
- Passerelle vers Photoshop (définition des formats vidéo et déformation de pixels)

LA VIDÉO 360°

- Montage en vidéo 360°

CORRECTIONS COLORIMÉTRIQUES

- Application des calques de correction SpeedGrade et des tables de recherche (LUT) prédéfinies grâce au moteur «Lumetri»
- Raccords lumière et météo entre plusieurs clips
- Balance des blancs
- Moniteur de référence
- Correcteur chromatique tridirectionnel
- Limiteur vidéo (limites de diffusion pour P.A.D.)
- Utilisation des oscilloscopes internes (Vectorscope, formes d'onde, Parade YcbCr, Parade RVB)

MONTAGE AUDIO AVANCÉ

- Synchronisation automatique des formes d'onde audio
- Répartition des pistes pour le montage son
- Passerelle avec Adobe Audition
- Analyse de l'audio en affichage spectral
- Nettoyage d'un son

DIFFUSION

- Finalisation du projet
- Limites de luminance et chrominance de diffusion pour P.A.D.
- Utilisation du manager de projets
- Notion de codecs, comprendre leur fonctionnement
- La « famille » MPEG (MPEG2, MPEG4)
- Exportations via Adobe Media Encoder
- Exporter pour le web et les plateformes Vimeo, YouTube ou DailyMotion.
- Encodage MPEG4 pour les I-pod et les téléphones

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - **13006 Marseille** et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

AUDIOVISUEL FORMATION TUTORÉE ET/OU FOAD E-LEARNING

PREMIERE PRO PARCOURS COMPLET DÉBUTANT À AVANCÉ

PRÉREQUIS

Aucun

DURÉE

Environ 7 Heures

PUBLIC CONCERNÉ

Tous publics

Sous-Titrages

Audiodescription et sous titrages non disponibles

INTERVENANT

Kaouther : Formatrice experte « PAO/DAO ». Disposant de plus de 10 années d'expérience dans l'enseignement de cette discipline. Dispose de certificats, diplômes et savoir-faire en lien avec les compétences en Suite Adobe.

ACCESSEURITÉ

Formations en distanciel accessibles aux personnes à mobilité réduite ;

Audiodescription et sous tirage non disponibles ;

Pour toute question d'accessibilité handicap, prendre contact avec nous.

- Si vous recherchez une application de montage vidéo vous permettant d'éditer les vidéos comme vous le souhaitez, Adobe Premiere Pro est la meilleure solution. Premiere est utilisé par les professionnels du monde entier pour tous les types de production, des vidéos commerciales et marketing aux vidéos musicales en passant par les documentaires, les longs métrages. Ce cours complet est le meilleur moyen d'intervenir et de commencer à éditer.

Mettre en pratique de manière autonome exercices, cas pratiques et QCM par l'intermédiaire de notre plateforme E-learning et sur notre espace digital.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Savoir utiliser les fenêtres de montage ;
- Réaliser des transitions et des effets vidéos ;
- Utiliser efficacement les outils Masque et titrage ;
- Réaliser un étalonnage de qualité.

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

- Disposer d'un ordinateur, d'un smartphone ou d'une tablette avec une connexion Internet ;
- Logiciel Adobe Premiere Pro 2019 ;
- Navigateur web : Google Chrome, Firefox.

MODALITÉS D'ÉVALUATION DES ACQUIS

- Auto-évaluation sous forme de questionnaires ;
- Exercices sous formes d'ateliers pratiques ;
- Questionnaire de positionnement ;
- Evaluation à chaud.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

Notre technologie vous garantit une gestion autonome de tout votre dispositif e-learning, blended learning, classes virtuelles avec une prise en main immédiate et intuitive.



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

CE QUE CONTIENT LA FORMATION

PROGRAMME DÉTAILLÉ

INTERFACE

- Création d'un nouveau projet
- La fenêtre « Projet »
- La fenêtre de « Montage »
- La fenêtre « Moniteur »
- La fenêtre « Sources »
- La disposition des fenêtres

LES FENÊTRES DE MONTAGE

- Les outils de la fenêtre de montage
- Audio et vidéo dans la fenêtre séquence
- Option des icônes vidéos
- option icônes audio

Outils de sélection

- Outil sélection amont et avalé
- Outil propagation - modification et allongement compensé
- Outil cutter
- Outil de déplacement dessus et dessous
- Outil flèche et texte

TRANSITIONS ET EFFETS VIDÉOS

- Transitions vidéos - Les bases
- Transition vidéo - Aperçu général
- Ajouter des transitions par défaut
- Créer un dossier de mes transitions
- Les options d'effets - Intro
- Créer des images clés - Intro
- Effets vidéo - Intro
- Créer un ralenti et un accéléré
- Remapage vidéo
- Créer un arrêt sur image
- Incrustation sur fond vert - Intro
- Les préconfigurations

EFFET VIDÉOS

- 3D basique - Mettre une image ou vidéo en effet 3D
- Stabiliser une vidéo
- Effet Turbulence - Mettre un titre avec un effet « liquide »

LES MASQUES

- Créer un titre avec un masque
- Masque suivi de flou
- Masque déboulement - présentation
- Explication masque dédoublement
- Pexels Videos 2880
- Masquer un texte au passage d'un élément

TITRAGE

- Titrage - Introduction
- Autres options du titre
- Style de titre
- Tracking titre
- Créer un générique
- Faire des sous-titre - Intro

ÉTALONNAGE

- Faire des corrections de bases
- Faire des corrections en Mode créatif
- Réglages RVB et cercle chromatique
- Correction des tons clairs - moyens et foncés
- Correction du TSL secondaire
- Faire un vignettage sur ces vidéos
- Outils de monitoring

TRUCS ET ASTUCES

- Réglage de l'exportation
- Réglage source et sortie
- Onglet effets dans l'exportation des médias
- Onglet vidéos et audios
- Onglet multiplexe, sous-titre et publier
- Exportation du montage

ATELIERS PRATIQUES :

- Atelier créatif - Les transitions
- Atelier Motion Design : Affiche nike
- Atelier créatif - Découpe vidéo

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - **13006 Marseille** et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

MOTION DESIGN AVEC AFTER EFFECTS

PUBLIC Graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site...

PRÉ-REQUIS Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows)

DURÉE 35 heures (5 jours) dont 1 jour d'exercice de création d'effets spéciaux en autonomie

OBJECTIFS Maîtriser les bases du logiciel After Effects et du motion design avec le plus performant du marché

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et/ou certification

L'INTERFACE

- Présentation du logiciel
- Paramétrage des préférences
- Notions de formats et codecs

ANIMATION 2D

- Importation et gestion des médias graphiques, vidéos et audio
- Paramétrages de compositions
- Les prévisualisations et options de rendu
- Interpolation d'images avec les keyframes
- Interpolation temporelle
- L'éditeur de graphes

COMPOSITING 2D

- Animation et interpolation de masques
- Gestion des modes de transfert
- Le remappage temporel

OPTION D'ANIMATION

- Dessin et lissage de trajectoire
- Tremblement et alignement
- Calques d'effet
- Effet de textes

LES EFFETS

- Principaux effets
- Filtre temporel
- Les transitions

LES EFFETS AVANÇÉS

- Utilisation d'une caméra virtuelle
- Tracking 4 points

LE SON

- Importation de son
- Synchroniser le son avec les mouvements

DYNAMIC LINK

- Importation d'une composition dans Premiere pro
- Création directement dans la time line de Premiere pro

ANIMATION

- Calques de séquences
- Graph Editor : subtilités, puissance et astuces
- Calques de forme
- Usage avancé
- Masquage avancé
- Rotoscoping
- Animation en rotobéziers
- Morphings : masques, outil paint, filtre reshape
- Liens de Parenté
- Rendus stylisés : cartoon, peinture, Animate...
- Rendu pour Animate, TV, film, entrelacement

L'ENCODAGE

- L'encodage prémontage pour réimportation
- La file d'attente de rendu



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

AUDITION - INTÉGRER DU SON DANS UNE VIDÉO

PUBLIC Graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site...

PRÉ-REQUIS Avoir acquis des connaissances en montage vidéo

DURÉE 21 heures (3 jours)

OBJECTIFS Maîtriser la logique du montage son. Importer, traiter et retoucher du son

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et/ou certification



L'INTERFACE

- Définition du son
- Numérisation pour le Web
- L'espace de travail
- Les panneaux
- Les barres d'outils

MODE D'AFFICHAGE

- Forme d'onde
- Spectre

IMPORTATION

- Importer des données audio
- Importer des niveaux d'enregistrement

CONFIGURATION

- Carte son
- Connexions matérielles
- Réglages des niveaux d'enregistrement

MONTAGE

- Monter l'audio
- Sélection
- Copier, couper, coller
- Création de fondus
- Création de boucles
- Outils d'édition de boucles
- Suppression du bruit de fond
- Correction automatique du volume
- Montage multipiste

EFFETS

- Appliquer des effets préconfigurés
- Créer des effets

PARTITIONS

- Auto composer
- Panneau partition
- Document partition
- Création de partitions dynamiques
- Enregistrement de partitions

EXPORTATION

- Dans Adobe Animate
- Dans Adobe Premiere pro

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - **13006 Marseille** et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

DAVINCI RESOLVE

PUBLIC Graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site...

PRÉ-REQUIS Pouvoir justifier de connaissances dans le domaine de la vidéo (montage ou compositing)

DURÉE 35 heures (5 jours)

OBJECTIFS Donner une unité à vos films en matière d'étalonnage professionnel

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et/ou certification

INTRODUCTION

- Rappel sur les espaces colorimétriques, codec, profondeur de traitement

LE PROJET

- Gestion de projet et familiarisation avec l'interface
- Présentation de l'interface
- Mode de navigation
- Travail avec le décodage
- Les détections de scènes
- Exporter depuis un logiciel de montage pour DaVinci

LA PAGE EDIT

- Le panneau «Timelines»
- Création d'une timeline «Master»
- Les panneaux Media Pool, ToolBox
- Les visualiseurs source et timeline
- L'inspecteur, La Toolbar
- Ajouter un clip
- Le Match Frame
- L'outil de Trim mode
- Les clips composés
- Variation de vitesse
- Les effets de la Page Edit
- Utiliser la fonction «Timeline Auto Select Controls»
- Fonctionnement de l'onglet Key

LA PAGE COLOR

- Le visualiseur
- Utilisation des proxy
- Le menu des On-Screen Control
- LightBox
- Ajouter des clips dans un groupe
- Afficher et gérer les scopes
- Visualisation des repères et des drapeaux
- Les différentes versions d'un clip dans la timeline
- Le mode LOG de la Color Wheel
- Le Curve et ses différents modes

L'ONGLET GALLERY

- Stills, Power Grade, Memory
- Sauver ou effacer les Still

L'ONGLET NODES

- Raccourcis de travail dans les Nodes
- Clip ou Track color correction
- Le Node série, Le Node Parallèle, Layer Node

WINDOW

- Réglages Primaires
- Ajouter un Qualifier
- Ajouter un masque Circle Window
- Ajouter des Nodes avec des Power Window

LA PAGE DELIVER

- Le panneau «Render Settings»
- La timeline de la Page Deliver
- Le visualiser
- Rendu individuel des plans
- La liste de rendu

LES SETTINGS ET LES PRÉFÉRENCES DE DAVINCI RESOLVE

- Les settings Scaling et image Scalling
- Proxy Image Scalling
- Proxy et DPX
- Look Up Tables
- Exporter un film complet
- Générer des LUTs



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - **13006 Marseille** et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

ADOBE PREMIÈRE PRO - PERFECTIONNEMENT

PUBLIC Graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site...

PRÉ-REQUIS Avoir suivi la formation Initiation ou attester de son niveau

DURÉE 14 heures (2 jours)

OBJECTIFS Gérer un montage multi caméra. Effectuer sa bande son. Gérer son flux de travail. Créer des titres, des effets, réaliser des exports. Savoir nettoyer sa station de montage - Techniques de montages avancées et workflows - Rappels et dernières nouveautés issues des mises à jour

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et/ou certification

RAPPEL ET APPROFONDISSEMENT DU WORKFLOW

- Personnalisation de l'interface, du clavier
- Gestion des espaces de travail
- Acquisition, importation, montage, organisation
- Optimisation de flux de travail
- Outil de précision (trim)
- Gestion de lien audio/vidéo
- Paramétrage manuel de séquence
- Barre d'outils
- Insertion d'images
- Les transitions vidéo (fondu, damier, glisser ...)
- Les effets vidéo (N&B, light, sépia, effets d'image ...)

AUDIO

- Techniques de mixage rapide et automatique du son (autoducking)
- Importations audio
- Transitions audio
- Utilisation des effets audio (échos, balance, compresseur, limiteur...)
- Synchronisations de sons
- Exportation et correction avec Adobe Audition

TITRAGES

- Utilisation des objets graphiques essentiels
- Utilisation du module de titrage
- Crée des sous-titres importables dans Youtube
- Animer un titre, manipuler les points clés des paramètres
- Insertion de logo

EFFETS ET TRANSITIONS

- Recadrage automatique
- Incrustation
- Importation et insertion d'images
- Remappage temporel
- Manipulation des blocs images
- Habillage et détourage
- La rotation - Le déplacement - L'opacité - La vitesse
- La création de points clés pour animer les vidéos, les effets, les transitions...

RÉGLAGES COULEURS ET BALANCE DES BLANCS

- Utilisation de Lumetri
- Correction colorimétrique
- Utiliser les outils de mesures
- Correction expositions et teintes
- Vectorscope, forme d'onde

EXPORT ET ENCODAGE

- Les différentes méthodes d'encodage : MPG, MP4, MPG, QT, AVI, TGA
- L'encodage pour le web
- Adobe Media Encoder : le codage en tâche de fond, les paramètres, dupliquer et modifier
- Export filigrané
- Partage vers YouTube, Vimeo, etc
- Exports : MP4, MOV, AVI, AAF, EDL, OMF

GESTION DES MÉDIAS

- Consolidation des médias
- Gestion de fichiers Offline
- Archivage de séquences et/ou de projets
- Copie et déplacement sde projets

LES PLUS

- Gestion de workflows Proxy pour des projets Haute résolution 4K, ou HD
- Échange avec After Effects, Photoshop
- Introduction sur les effets de base sous after effects
- Réalité virtuelle à 180 degrés
- Analysis speech (retranscription de langage)
- La gestion du multicam
- Fonctions broadcast
 - * surimpression
 - * modes de transparence
 - * images cache
 - * effets 3D
- Mode forme libre dans le panneau Projet
- Utilisation des règles et des repères

Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

MOTION DESIGN AVEC AFTER EFFECTS - PERFECTIONNEMENT

PUBLIC Graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site...

PRÉ-REQUIS Avoir suivi la formation After effects Niveau 2, une formation équivalente, ou attester de son niveau

DURÉE 35 (5 jours)

OBJECTIFS Maîtriser les fonctions poussées d'After Effects

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et/ou certification

PERFECTIONNEMENT GÉNÉRAL

- Rappels
- Synchronisation effets & animations
- Interpolations non linéaires, contrôle de la vitesse
- Assistants de points clé
- Récupération de calques vidéo Photoshop Extended

ANIMATION

- Calques de séquences
- Graph Editor : subtilités, puissance et astuces
- Calques de forme
- Usage avancé
- Masquage avancé
- Rotoscoping
- Animation en rotobéziers
- Morphings : masques, outil paint, filtre reshape
- Liens de Parenté
- Rendus stylisés : «cartoon», peinture, «Animate», Effet Cartoon
- Rendu pour Animate, TV, film Entrelacement

HABILLAGE 2D ET 3D

- Approfondissement de la 3D sous After Effects
- Caméra, lumières, profondeur de champ, ombres portées, options de matériaux Animations 3D complexes
- Objet Nul
- Auto-orientations
- Module de rendu avancé
- Filtres complémentaires en habillage

OPTION D'ANIMATION

- Dessin et lissage de trajectoire
- Tremblement et alignement
- Calques d'effet
- Effet de textes

EXPRESSIONS

- Tirer/glisser, modifier
- Liens dynamiques avec propriété animée
- Compréhension générale du Java Script
- Vocabulaire et syntaxe
- Chercher des expressions dans les communautés After Effects

SAVOIR LIRE ET COMPRENDRE UNE EXPRESSION

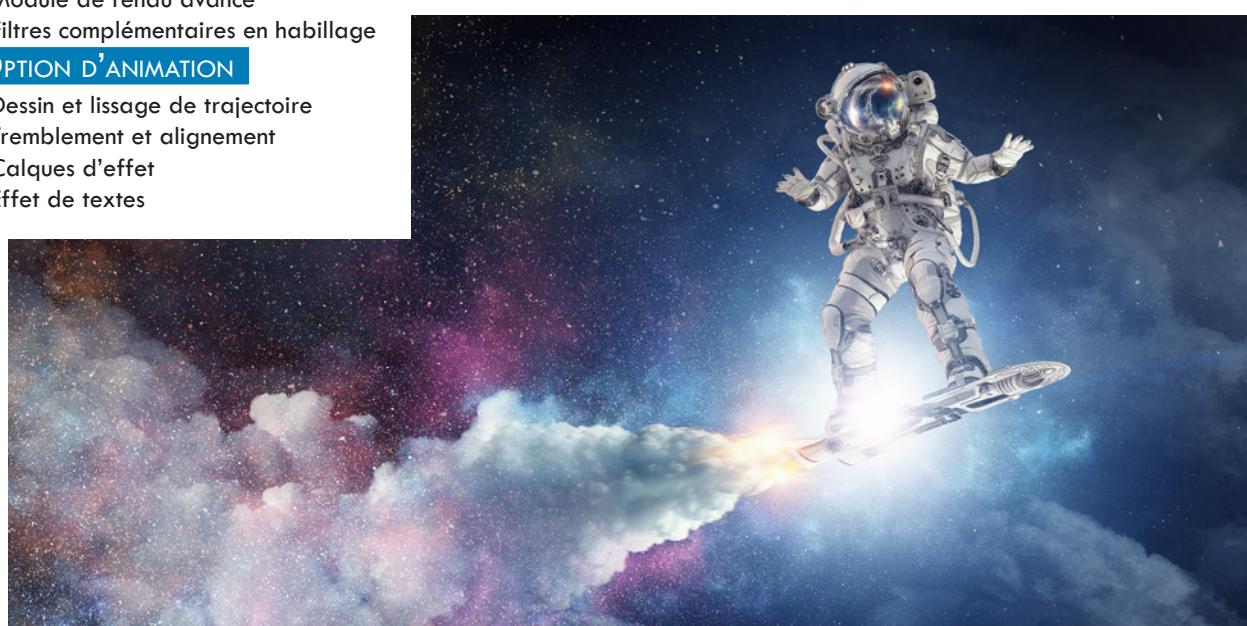
- La modifier, la sauvegarder
- Boucles, cycle, modulations
- Listage des paramètres utilisables Gestion du temps
- Gestion de l'audio

LES PLUG IN

- Trapcode
- Particular
- Shine
- 3D Stroke

SORTIES

- Travail, gestion et rendu 8, 16, 32 bits, HDR
- Crédit de modèles rendu/sortie
- Export compositions pour Animate
Export pdf clip notes
- Exports Animate pour GSM
- Sorties non destructives, alpha channel Rendu en réseau
Automatisation de tâches



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

CERTIFICATION - EXPLICATION

CONCEPTEUR DESIGNER UI



TITRE PROFESSIONNEL CONCEPTEUR DESIGNER UI

PUBLIC Graphistes, webdesigners, responsables de communication, webmasters, gestionnaires de site...

PRÉ-REQUIS Avoir suivi la formation GRAPHISTE PAO MOTION DESIGNER, une formation équivalente, ou attester de son niveau

DURÉE 14 heures (2 jours)

OBJECTIFS Validation des compétences des 3 CCP du Titre professionnel Niveau 5 Bac+2 technique métier

LA CERTIFICATION

- Concepteur Designer UI de Niveau 6.
- Soit pour l'ensemble des 3 BLOCS
 - * CCP - Concevoir les éléments graphiques d'une interface et de supports de communication
 - * CCP - Contribuer à la gestion et au suivi d'un projet de communication numérique
 - * CCP - Réaliser, améliorer et animer des sites web

PRÉPARATION DE LA CERTIFICATION

- Vous allez devoir pour cela préparer plusieurs documents à présenter à la certification.
- **Pour les personnes qui présentent le titre complet :**
 - Le DP Dossier Professionnel, document à remplir retraçant techniquement vos expériences de réalisation
 - Un dossier de projet qui doit comporter :
 - * **Pour le site internet :**
 - " Un résumé du projet d'environ 1200 caractères espaces non compris.
 - " La grille de questionnement utilisée pour recueillir le besoin et les objectifs du client.
 - " Le cahier des charges issu de cette grille et défini entre le client et le designer pour fixer les limites du projet.
 - " Les objectifs du projet.
 - " Le parcours de navigation de l'utilisateur.
 - " La fiche d'identification du public cible, du ton et de l'axe de communication (persona).
 - " Le nom de domaine proposé et l'explication de ce choix.
 - " La planche de tendances définissant l'ambiance graphique du site.
 - " Les illustrations vectorielles réalisées pour le projet (logos, icônes, éléments d'interface).
 - " Les images traitées et utilisées pour le projet (retouches, corrections colorimétriques, photomontages).
 - " Une maquette dynamique du site (pages : accueil, statique type, d'article type, contact) responsive
 - " Le calendrier éditorial reprenant les publications prévues sur les réseaux sociaux
 - " Les copies d'écran de l'interface d'administration du site (tableau de bord, réglages généraux).
 - " Le rapport SEO (Search Engine Optimization) du site.
 - " L'étude de cas d'un site concurrent à celui créé.
 - * **Pour l'animation**
 - " 1.Le storyboard de l'animation.
 - * **Pour le support de communication imprimé**
 - " 1.Les fichiers sources de l'imprimé
 - " 2.Les fichiers destinés à l'impression (fonds perdus, traits de coupe...)

▪ Contenu de la présentation d'un projet réalisé en amont de la session

- Support de présentation (type diaporama) et selon ce canevas :
- Présentation :
 - " de l'entreprise et/ou du service et contexte du projet
 - " des maquettes les plus significatives du site
 - " des fonctionnalités du site
 - " de la stratégie de webmarketing préparée ou mise en œuvre pour faire connaître le site
 - " des optimisations apportées et des perspectives d'amélioration du site
 - " synthèse et conclusion (satisfactions et difficultés rencontrées).

DÉROULÉ DE LA CERTIFICATION

▪ Pour la certification complète du Titre professionnel 1h40

1 – Présentation du projet 1h10

- La présentation comporte trois parties :
- 30 minutes, présentation de son projet de site internet, le public cible et ses choix techniques et graphiques cohérents avec le public cible.
- 20 minutes, présentation de l'animation vidéo et d'un support de communication imprimé.
- (L'animation elle-même est d'une durée comprise entre 1 min et 1 min 30s).
- 20 minutes, le jury interroge le candidat au sujet de son projet.

2 – L'Entretien technique de 0h15

- Le jury interroge le candidat sur les aspects qui n'ont pas été évalués lors de la présentation du projet.

3 – L'Entretien final de 0h15

- Le jury échangera avec vous sur votre positionnement professionnel



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - 13006 Marseille et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur