



FORMATION

CONCEPTEUR UI

mandyben
formation

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

CONCEPTEUR UI BC3

Formation certifiante

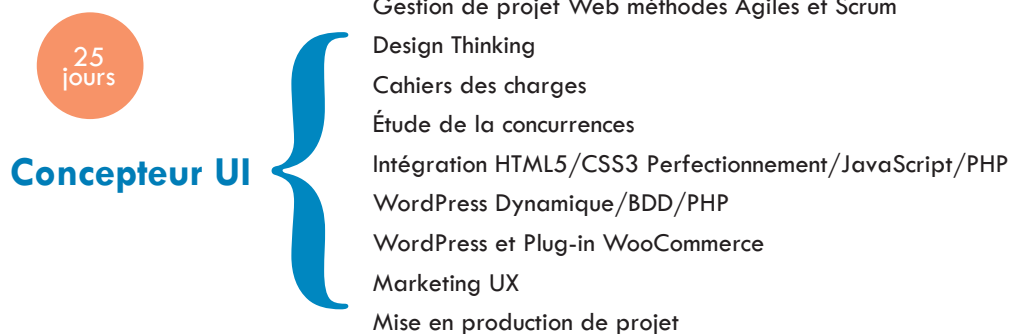
PUBLIC Graphistes, webdesigners, webmasters, développeurs, community managers, chefs de projet...

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

DURÉE 175 heures (25 jours)

OBJECTIFS Concevoir et gérer la production d'un projet multimédia de A à Z, élaborer des produits de communication, gérer un projet méthodes agile et scrum, gérer le référencement Web, prendre en compte l'expérience utilisateur UX UI, maîtriser la conception d'un site dynamique, utiliser des solutions E-commerce...

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 UI BC3

1 CCP (CERTIFICAT DE COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES)

CCP - RÉALISER, AMÉLIORER ET ANIMER DES SITES WEB

À l'issue de
la formation
le stagiaire
saura :

- Dialoguer avec les différents prestataires et intervenants
- Gérer un projet web et de créer ou suivre un cahier des charges
- 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

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 - Référencier - 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

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

{ 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 concurrence - 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 »

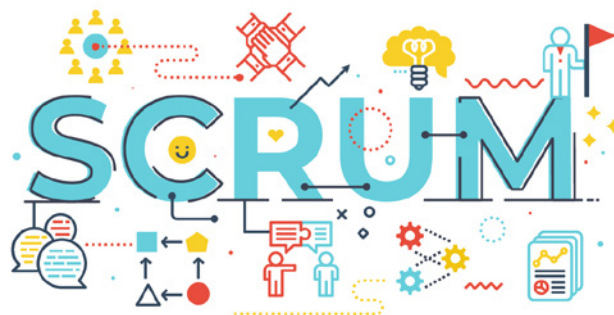
- Comprendre la portée et les enjeux
- Caractérisation des parties prenantes
- Identifier les parties prenantes et les composantes financières, organisationnelles et techniques
- Procéder à une analyse fonctionnelle des besoins (A.F.B)
- Procéder au recueil et au management des exigences
- Décrire le 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 MÊLÉE

- 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 substitués dans le digital.
- Études de cas : Exemples concrets de marques qui utilisent l'analyse concurrentielle avec succès.
- Identification de la marque Comprendre 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

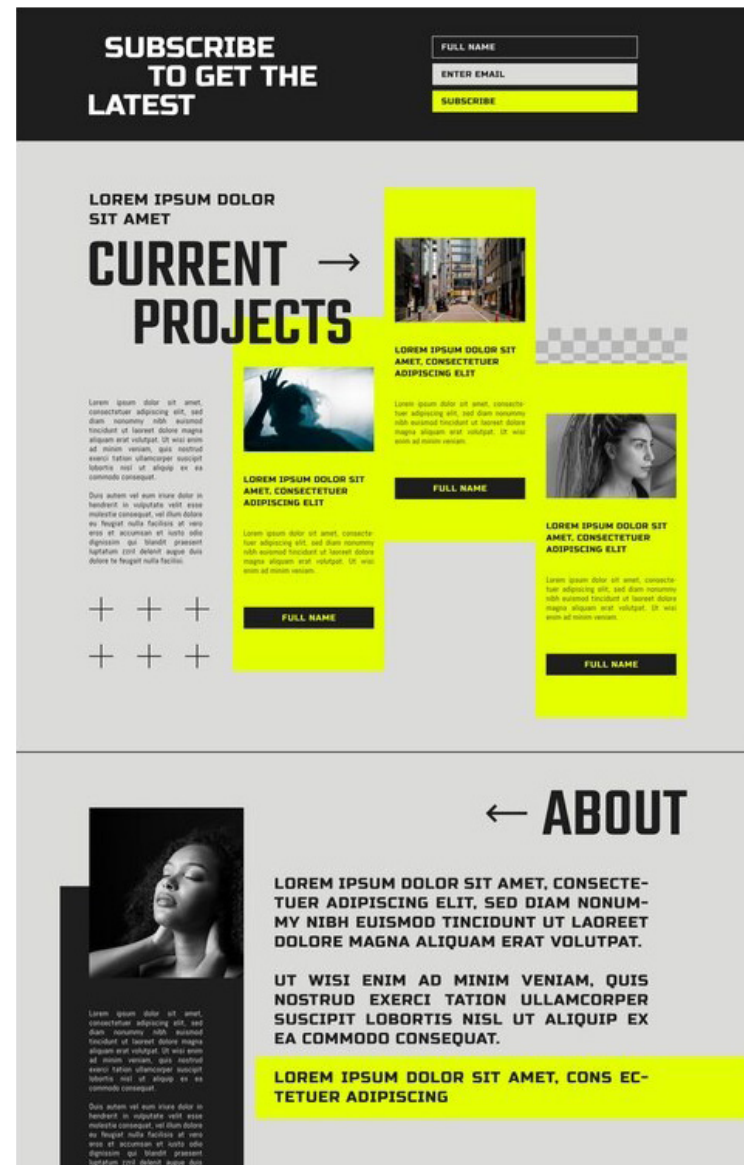
- Introduction à JavaScript : syntaxe, variables, et types de données
- Structures conditionnelles et boucles
- Manipulation du DOM (Document Object Model) : sélection et modification d'éléments HTML
- Gestion des événements (clic, soumission de formulaire, etc)
- Validation de formulaires avec JavaScript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



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 événements
- Exercices sur les événements
- 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

ACCESSIBILITÉ

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 coeur 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, méta-boxes, 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
- Avancons 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.

ACCESSIBILITÉ

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 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
- Paramétrer 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

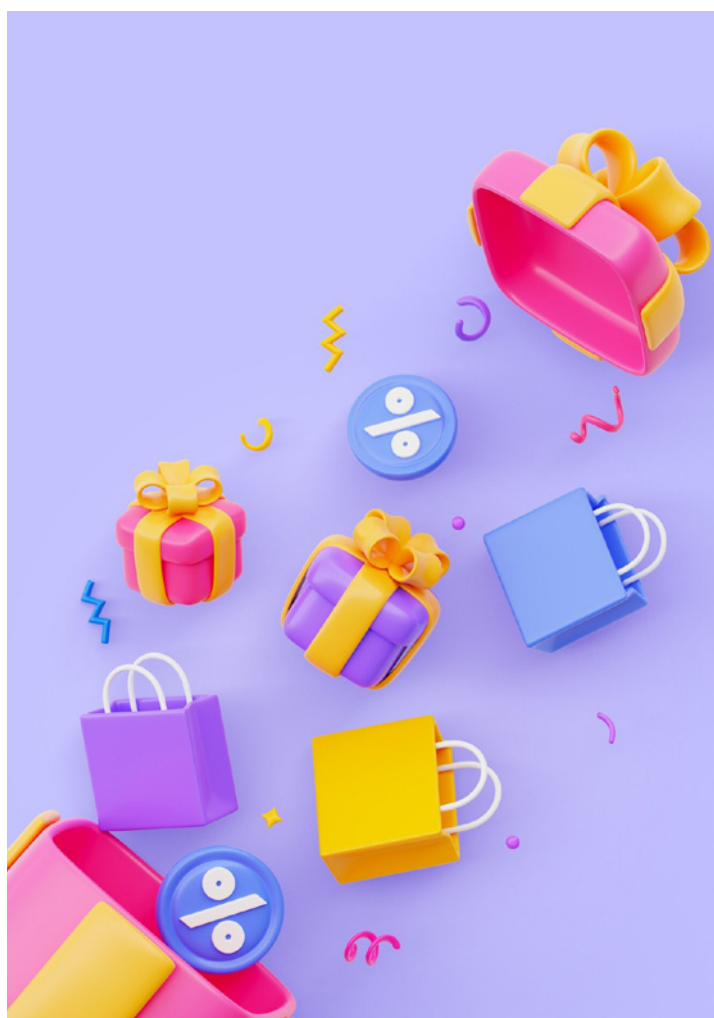
▪ TOUS NIVEAUX

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
- Créer des produits
- Modifier l'apparence
- Créer 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.

ACCESSIBILITÉ

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.

ACCESSIBILITÉ

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'amélioration
- Les 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 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 : Création 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

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 questionnaire 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