

CERTIFICAT DE QUALIFICATION PROFESSIONNELLE

WEBDESIGNER



CERTIFICAT DE QUALIFICATION PROFESSIONNELLE WEBDESIGNER

Formation certifiante

PUBLIC Graphistes, infographistes, maquettistes, responsables de communication, chefs de studio

PRÉ-REQUIS Bonne connaissance de la chaîne graphique et de la communication visuelle

DURÉE 357 heures (50 jours) de formation en centre, 280 heures (40 jours) de stage en entreprise
Accès à sur notre plateforme E-learning pendant toute la formation

OBJECTIFS Découvrir et maîtriser la création et la conception de site web et de communication digitale.
Être capable de mettre en œuvre la méthodologie de création d'un support digitale de A à Z de l'éditer et de le commercialiser

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Notre centre est agréé - Certificat délivré par la branche de la publicité

ASSURER UN SUPPORT AU CONSEIL CLIENT

Gestion de projet Méthodes Agiles et Scrum
Gestion de projet web
Rédiger des contenus web
Acquérir les bases du webmarketing

CONCEVOIR DES CONCEPTIONS GRAPHIQUES SUR TOUS SUPPORTS

Culture web UX UI design
Décliner une charte graphique web
Créer des interfaces graphiques avec Adobe XD
Comprendre et maîtriser les bases de l'intégration web en HTML5 et CSS3
Comprendre et utiliser Bootstrap et adapter des sites web en responsive design
Installer et administrer un CMS éditorial WordPress
Comprendre le référencement naturel et payant Google Ads et Analytics
Comprendre la norme RGPD
Maîtriser la communication sur les réseaux sociaux
Réaliser et éditer une newsletter
Maîtriser la solution Woo-commerce de WordPress
Comprendre le langage JavaScript
Réaliser un livrable web de A à Z l'éditer et le tester

RÉALISER UNE VEILLE CRÉATIVE ET TECHNOLOGIQUE

Découvrir les nouvelles technologies du web...
Savoir utiliser les outils collaboratifs
Connaître la chaîne de production
Savoir trouver et collecter l'information

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.

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

WEBDESIGNER

2 CCP (CERTIFICAT DE COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES)

BC - ASSURER UN SUPPORT AU CONSEIL CLIENT

BC - CONCEVOIR DES CONCEPTIONS GRAPHIQUES SUR TOUS SUPPORT

BC - RÉALISER UNE VEILLE CRÉATIVE ET TECHNOLOGIQUE

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
- Construire une architecture interactive multiplateforme
- Respecter une charte graphique et créer un webdesign de qualité
- Élaborer des produits de communication multimédia
- Effectuer le référencement de contenu afin d'optimiser sa diffusion et sa commercialisation
- Intégrer et adapter des pages web
- Utiliser des solutions CMS
- Concevoir une campagne de communication sur les réseaux sociaux



Code CPF 306 645- N° RNCP 32089

Notre centre est agréé à la certification du CQP Webdesigner délivrée par la branche de la publicité.

Ce certificat de qualification professionnel est composé de 3 Blocs de Compétences professionnelles (BC).

Ainsi, on peut valider les blocs de façon indépendante, pour une individualisation de son parcours. Il est inscrit au Répertoire national des certifications professionnelles (RNCP).

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

BC

ASSURER UN SUPPORT AU CONSEIL CLIENT

OBJECTIF

- Comprendre et gérer une commande client. Concevoir ou s'adapter à un cahier des charges. Comprendre les enjeux de la commercialisation et pouvoir concevoir un design de qualité en en tenant compte. Comprendre l'importance du contenu pour pouvoir concevoir un design interactif adapté.

6 jours

**42 heures
de formation**

PROGRAMME

- Gestion de projet Méthodes Agiles et Scrum - 2 jours
- Gestion de projet web - 2 jours
- Rédiger des contenus web - 1 jour
- Acquérir les bases du webmarketing - 1 jour

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 Webdesigners, webmasters, intégrateurs web, développeurs...

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 et certification

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

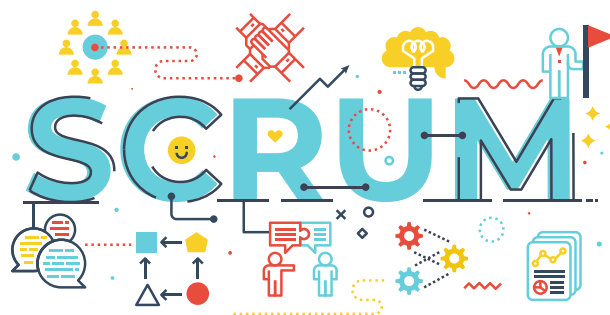
- Comprendre la portée et les enjeux
- Caractérisation des parties prenantes.
- Identifier les parties prenantes et les composantes financières, organisationnelles et techniques
- Procéder à une analyse fonctionnelle des besoins (A.F.B)
- Procéder au recueil et au management des exigences
- Décrire le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



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
- Événements 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

GESTION DE PROJET WEB

PUBLIC Gestionnaires de site, référenceurs, responsables de communication, webmasters, webdesigners, webmarketers...

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 et 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 « VERROUILLER » LE PROJET

- Plan : les points indispensables
- Définir les aspects ergonomiques et visuels
- Étudier 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
- Étude des coûts et de la cohérence globale dans les réponses formulées
- Construire son appel d'offre
- Établir 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

RÉDIGER DES CONTENUS WEB

PUBLIC Gestionnaires de site, référenceurs, responsables de communication, webmasters, webdesigners, webmarketers...

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

DURÉE 7 heures (1 jour)

OBJECTIFS Développer son contenu pour une stratégie d'entreprise. Les différentes motivations pouvant amener à concevoir des contenus sur le web : communiquer directement avec une cible, développer un média professionnel

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

CONTRAINTES TECHNOLOGIQUES DU WEB

- Différences Papier / écran
- Sens de lecture à l'écran
- Principes de navigation et lecture non linéaire
- Analyse sur vidéo de trajet de lecture à l'écran
- Enrichissement multimédia

ÉCRIRE POUR ÊTRE LU

- Pourquoi bien rédiger ?
- Écrire pour quel lecteur ?
- Bases de l'écriture journalistique
- Le message essentiel et les 5 W
- La pyramide inversée
- Stratégie éditoriale
- Travailler son texte
- Stratégie de relecture
- Les mots-clés
- La structure
- La gestion des paragraphes
- Les liens Hypertexte
- Les erreurs à éviter
- Quelques astuces

FACILITER LA LECTURE

- Typographie : Habiller votre texte
- Gras, italique, souligné et effets en tout genre
- La couleur
- Pagination
- Les listes
- Intégration des images
- Le fil d'arianne ou breadcrumbs
- Conventions typographiques

OPTIMISER VOS CONTENUS

- La page d'accueil
- Newsletter
- Le blog
- Site vitrine ou site e-commerce
- FAQ
- Les messages d'erreur et contenus d'aide
- La signature d'e-mail
- Les réseaux sociaux
- SlideShare
- QR Code



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** Public : Graphistes, infographistes, maquettistes, responsables de communication, chefs de studio
- 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 et 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 RÉFÉRENCIEMENT 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

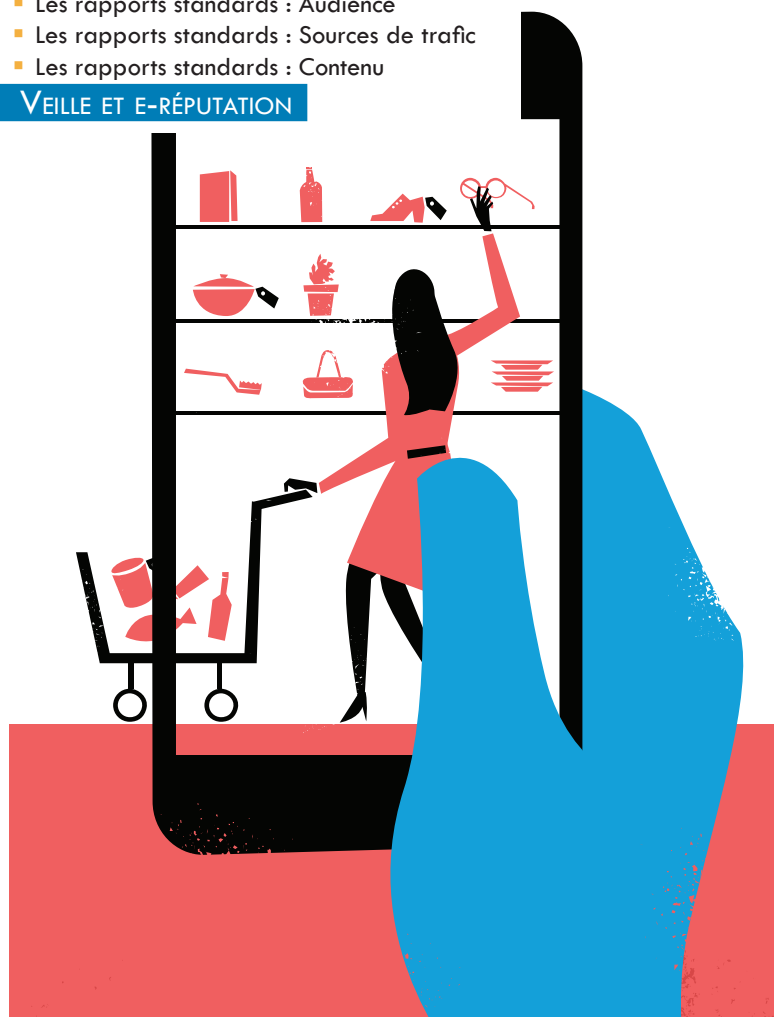
STRATÉGIE E-COMMERCE

- 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

BC

{ CONCEVOIR DES CONCEPTIONS GRAPHIQUES SUR TOUS SUPPORTS

OBJECTIF

- Connaître les tendances graphiques du web, comprendre l'importance de l'UI et l'UX. Savoir concevoir un design web d'après une charte graphique. Intégrer de façon pérenne tous les paramètres de référencement d'ergonomie et de web marketing pour faire les bons choix graphiques. Créer des interfaces interactives. Créer des designs pour tous les supports digitaux et les intégrer pour les diffuser.

PROGRAMME

- Culture web UX UI design - 2 jours
- Adapter une charte graphique web - 1 jour
- Créer des interfaces graphiques avec Adobe XD - 4 jours
- Comprendre le codage HTML5 CSS3 et Intégration responsive avec Bootstrap - 5 jours
- Installer et administrer un CMS éditorial WordPress - 5 jours
- Comprendre le référencement naturel et payant Google Ads et Analytics - 3 jours
- Maîtriser la communication sur les réseaux sociaux - 3 jours
- Comprendre la norme RGPD
- Réaliser et éditer une newsletter - 1 jour
- Maîtriser la solution Woo-commerce de WordPress - 2 jours
- Comprendre le langage JavaScript et jQuery - 3 jours
- Réaliser un livrable web de A à Z l'éditer et le tester - 7 jours

35 jours

**245 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.

CULTURE WEB ET ERGONOMIE UX/UI DESIGN

PUBLIC Maquettistes, infographistes, webmasters, responsables communication, chefs de projet...

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 et 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

ADAPTER UNE CHARTE GRAPHIQUE POUR LE WEB

- PUBLIC** Graphistes, infographistes, maquettistes, responsables de communication, chefs de studio
PRÉ-REQUIS Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows)
DURÉE 14 heures (2 jours)
OBJECTIFS Adapter une charte graphique pour le web
FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et /ou certification et 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...)
- Style d'images, d'illustrations et leur traitement graphique
- Iconographie
- 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
- Formulaire, 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, grasse, 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 XD

PUBLIC Demandeurs d'emploi, salariés, intermittents

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

DURÉE 14 heures (2 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 et 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 calques, symboles, comportements responsives des symboles, styles, masques, tranches, grilles, repères
- Préparation du découpage de la maquette
- Préparation et optimisation des images et symboles
- Rangement, gestion des symboles, classement, dénomination et exportation des éléments

LES GRILLES

- Les grilles du Print vers le Web
- Les grilles verticales et horizontales
- Comment choisir sa grille ? | Où trouver des grilles ?
- Gestion des grilles dans Photoshop

RÉALISER DES WIREFRAMES ET DES MAQUETTES

- Créer un zoning
- Passer d'un zoning à un wireframe
- Intégrer de l'interactivité pour finaliser sa maquette
- Les outils utiles à la création de maquette

AUTOMATISATION

- Traitement par lot
- Création de flux de reformatage d'images

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 »

MAQUETTER LA VERSION « APERÇU DESKTOP »

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.
 - * enrichir votre version « aperçu desktop »
 - * activité : Concevez la maquette « aperçu desktop »
- Activité : Créer 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 XD - SUITE

INTRODUCTION

- Qu'est-ce que Adobe XD ?
- Les atouts et les enjeux du logiciel

LE PROTOTYPAGE

- Les étapes de conception
- Le design d'interface
- L'architecture de l'information
- Les tendances du design

DÉCOUVRIR L'INTERFACE D'ADOBE 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

LA GRILLE DE RÉPÉTITION

- Utiliser et gérer une grille de répétition
- Fournir la grille de répétition avec du texte et des images

RÉALISER UN ÉCRAN D'ACCUEIL D'APPLICATION MOBILE

- Conception d'une version papier ou maquette filaire détaillée
- Réalisation de l'interface sous Adobe XD

SYMBOLES ET KIT UI

- Créer et manipuler les composants
- Sélectionner et utiliser des kits UI
- Créer deux écrans d'application mobile (connexion/inscription)

PROTOTYPER

- Créer des interfaces responsives
- Définir un parcours utilisateur
- Créer les liens d'interactions
- Prévisualiser l'interface
- Définition de positions fixes
- Créer des incrustations
- Animation automatique
- Utilisation des gestes tactiles

PARTAGER

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

TESTER

- Enregistrer une vidéo des interactions
- Installer l'application Adobe XD
- Tester le prototype en direct
- Visualisation sur tablette et smartphone

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

HTML5 ET CSS3 - BOOTSTRAP

PUBLIC Graphistes, infographistes, maquettistes, webmasters, responsables de communication, chefs de studio

PRÉ-REQUIS Avoir suivi la formation HTML/CSS Niveau 1, une formation équivalente, ou attester de son niveau

DURÉE 35 heures (5 jours)

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 et 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

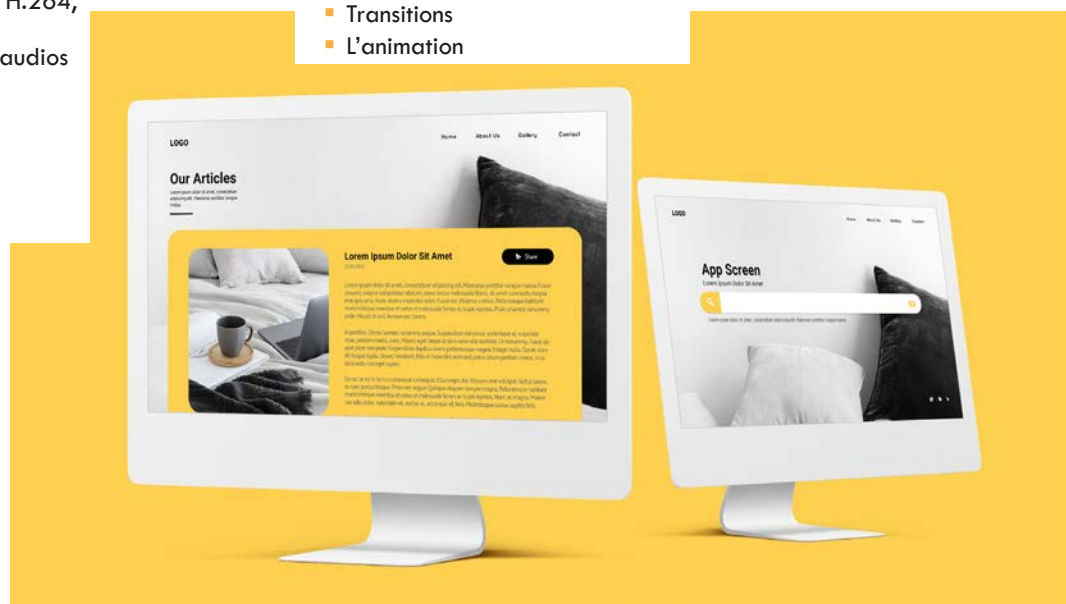
- Ce que ça change
- Coins arrondis
- Ombres portées
- Transparence
- Mise en page et positionnement
- Autres propriétés
- Gestion des éléments de formulaire via CSS : enabled, disabled, valid, required, optional
- Intégrer ses propres polices
- Mise en page multi-colonnes
- Media Queries CSS3 pour créer 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

INCLURE 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 carrousel 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

CMS WORDPRESS ADMINISTRATEUR

PUBLIC Maquettistes, infographistes, webmasters, responsables communication, chefs de projet...

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

DURÉE 35 heures (5 jours)

OBJECTIFS Comprendre l'utilisation du CMS WordPress, paramétrer 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 et 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
- Paramétrer 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 méta...)

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

RÉFÉRENCEMENT NATUREL ET PAYANT GOOGLE ADS ET ANALYTICS

PUBLIC Maquettistes, infographistes, webmasters, responsables communication, chefs de projet...

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 googleadwords

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation et /ou certification et 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 « responsabilité »
 - * 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

LES RÉSEAUX SOCIAUX (FACEBOOK, TWITTER...)

PUBLIC Maquettistes, infographistes, webmasters, responsables communication, chefs de projet...

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 twitter. Comprendre l'utilité des réseaux sociaux dans la politique de communication et de référencement. Seront également abordés Viadeo, link'in et les blogs

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

1

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 Community Manager

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

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 (FACEBOOK, TWITTER...) - SUITE

2

Journée Facebook Niveau I et II

FACEBOOK : COMPRENDRE FACEBOOK

- L'univers Facebook : le profil, la page, le groupe, l'événement, le like, etc
- Facebook et son audience : tranches d'âges et attentes
- Pourquoi choisir Facebook ?
- 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 Facebook
- La publicité sur Facebook

MESURER ET OPTIMISER

- Les algorithmes de contenu des réseaux sociaux : comment en tirer parti ?
- Focus sur l'algorithme Facebook : 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 Facebook
- Rédiger un contenu « post » sur Facebook
- Rédiger un contenu « post » sur un autre réseau social que Facebook

3

Journée « Autres réseaux sociaux »

TWITTER :

- Qu'est-ce que Twitter ?
- L'univers et le vocabulaire Twitter
- Comprendre la logique Twitter
- Twitter et ses caractéristiques : la veille, le partage, la communauté
- Twitter et ses leviers pour l'entreprise, la marque
- La publicité sur Twitter

INSTAGRAM

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

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

LES BLOGS

- Introduction sur la création d'un Blog
- Différencier les blogs et les sites Web
- Définir une charte d'utilisation, modérer les commentaires
- Les responsabilités du blogueur
- Les erreurs à éviter
- Définir l'objectif du blog
- Installation d'un blog
- Insérer des éléments multimédias et enrichir les pages

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 Webdesigners, concepteurs, développeurs, 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 et certification

PRINCIPES GÉNÉRAUX

- Contexte
- Applicabilité
- Vocabulaire

LES PILIERS FONDATEURS

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

LES PRINCIPES DE PROTECTION DES DONNÉES

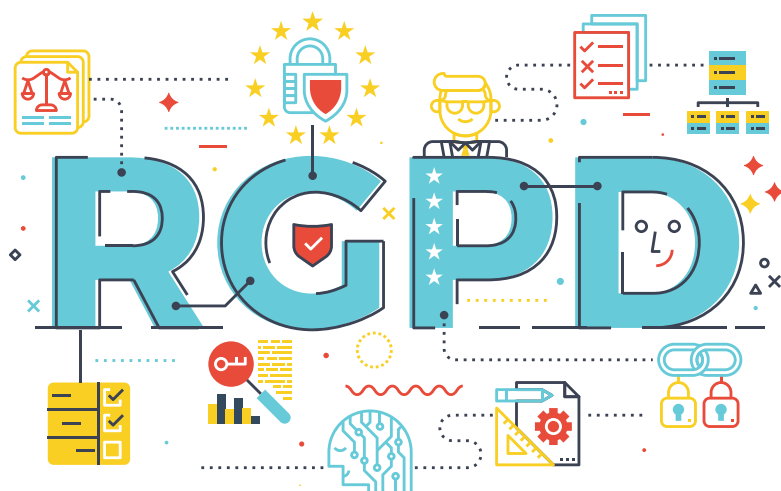
- Les 8 règles d'or

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

RÉALISER UNE NEWSLETTER

- PUBLIC** Maquettistes, infographistes, webmasters, responsables communication, chefs de projet...
- 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 et 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

WordPress ET LE PLUG-IN WooCommerce

PUBLIC Gestionnaires de site, webdesigners, webmasters, intégrateurs web, développeurs...

PRÉ-REQUIS Avoir suivi la formation WordPress Niveau 1, une formation équivalente, ou attester de son niveau.

DURÉE 14 heures (2 jours)

OBJECTIFS Apprendre à gérer le Ecommerce 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 et certification

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

- Installer WooCommerce
- Installer un thème WooCommerce
- 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

JAVASCRIPT

PUBLIC Maquettistes, infographistes, webmasters, responsables communication, chefs de projet...

PRÉ-REQUIS Bonne connaissance dans le langage HTML, CSS

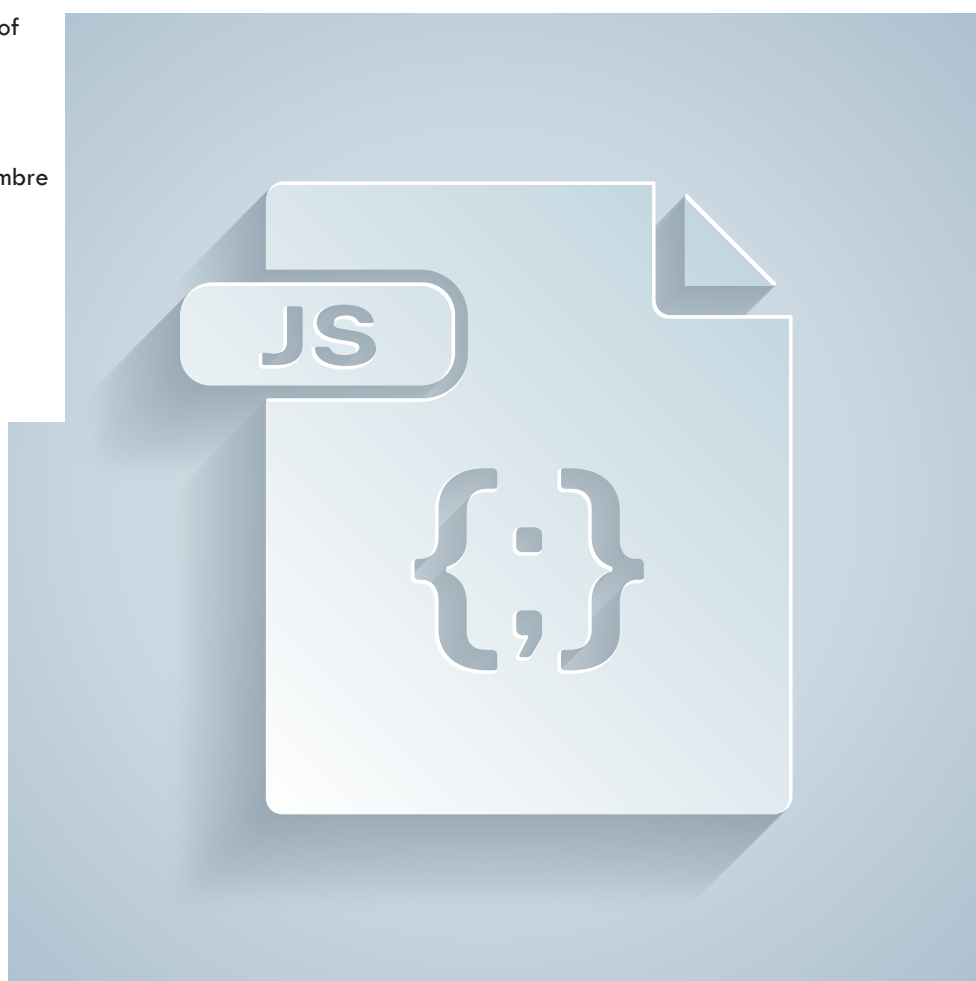
DURÉE 28 heures (4 jours)

OBJECTIFS Actualisation des connaissances en HTML, CSS et utilisation du JavaScript, 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 et certification

JAVASCRIPT

- La boîte de dialogue alert()
- Les instructions
- Les fonctions
- Où placer le code dans la page
- Les variables
 - * les types de variables
 - * tester l'existence de variables avec typeof
- Les opérateurs arithmétiques
 - * calculs simples
 - * la concaténation
- Interagir avec l'utilisateur
 - * convertir une chaîne de caractères et nombre
- Les conditions
 - * les opérateurs de comparaison
 - * les opérateurs logiques
 - * « if else »
 - * Incrémentation
- Les boucles
 - * la boucle while
 - * la boucle for



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

MODE PROJET RÉALISATION D'UN LIVRABLE WEB

PUBLIC Gestionnaires de site, webdesigners, webmasters, intégrateurs web, développeurs...

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

DURÉE 14 heures (2 jours)

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 et certification

RÉALISATION DE PRODUCTION

- Accompagnement à la réalisation des productions
- Déclinaison charte graphique web
- Réalisation de la maquette interface web
- Intégration de la maquette
- Publication - Tests et débogages

PRÉSENTATION ORALE DU PROJET

- Préparation à la 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

BC

RÉALISER UNE VEILLE CRÉATIVE ET TECHNOLOGIQUE

OBJECTIF

- Être autonome dans sa recherche d'informations et de solution technique. Savoir communiquer avec ses collaborateurs et utiliser les nouveaux outils numériques.

PROGRAMME

- Découvrir les nouvelles technologies du web - 1 jour
- Savoir utiliser les outils collaboratifs - 1 jour
- Connaître la chaîne de production - 1 jour
- Savoir trouver et collecter l'information - 1 jour

4 jours

**28 heures
de formation**

dont 3 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.

DÉCOUVERTE DES TECHNOLOGIES DU WEB

PUBLIC Graphistes, infographistes, maquettistes, responsables de communication, chefs de studio
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 et certification

S'APPROPRIER LES OUTILS COLLABORATIFS POUR TRAVAILLER ET ÉCHANGER

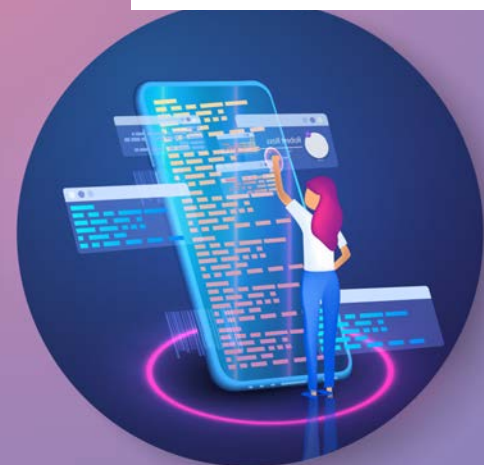
- Communiquer en entreprise
 - * les bonnes pratiques de l'échange par courriel
 - * la messagerie instantanée et asynchrone
 - * mise en place du Slack de la formation
- Partager des fichiers
 - * le FTP
 - * les outils de partage de fichiers
 - * les espaces de stockages partagés en ligne (cloud)
 - * 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
 - * extensions 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

FORMATION TUTORÉE ET/OU FOAD - E-LEARNING

DURÉE 21 heures (3 jours)

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

Selon l'évolution du programme, notre formateur donne une série d'exercices pratiques, ainsi que des tutoriaux pour une mise en pratique professionnelle des acquis de la formation.

Les programmes
sont disponibles
ici :

<http://www.mandyben-formation.com/programmes/elearning/photoshop.pdf>

<http://www.mandyben-formation.com/programmes/elearning/illustrator.pdf>

<http://www.mandyben-formation.com/programmes/elearning/indesign.pdf>

<http://www.mandyben-formation.com/programmes/elearning/acrobat.pdf>

<http://www.mandyben-formation.com/programmes/elearning/animate.pdf>

<http://www.mandyben-formation.com/programmes/elearning/reseaux-sociaux.pdf>

<http://www.mandyben-formation.com/programmes/elearning/wordpress.pdf>

<http://www.mandyben-formation.com/programmes/elearning/muse.pdf>

http://www.mandyben-formation.com/programmes/elearning/ergo_web.pdf

La plateforme
contient
+
de 500 modules
de formations.

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

