

# CATALOGUE

FORMATION PROFESSIONNELLE CONTINUE

TYPOGRAPHIE /// MISE EN PAGE /// COLORIMÉTRIE /// WEB /// MONTAGE VIDEO



GRAPHISME ET  
COMMUNICATION



**GRAPHISME ET  
COMMUNICATION**



**Graphisme et Communication** propose, dans le cadre de la formation professionnelle continue pour adultes, des formations adaptées à vos besoins. Les formations se déroulent sur votre site ou dans nos locaux. Les objectifs de formation sont adaptés en fonction de vos activités et planifications.

Les enseignements dispensés ont été conçus et développés avec des formateurs spécialistes ayant tous de 5 à 10 ans d'expérience minimum dans leurs domaines de compétences.

Chaque stagiaire dispose d'un poste informatique. Un nombre limité de stagiaires par cours. Petite structure, Graphisme et communication est une école à taille humaine.



**Centre de formation professionnelle continue**

94, bd Auguste-Blanqui – 75013 Paris – M° Glacière – 01 43 13 24 10  
[graphisme-et-communication.com](http://graphisme-et-communication.com)

**Graphisme et communication est un centre de formation dédié aux professionnels de l'information et de la communication, mais aussi aux personnes souhaitant acquérir une formation diplômante et qualifiante dans ces domaines.**

**Au-delà de ce catalogue, qui présente nos différentes formations, voici quelques points forts pour vous aider à faire le bon choix.**

- **Trente ans d'expérience dans le domaine de formation professionnelle continue**, spécialisé dans le domaine des arts graphiques et de la communication.
- Graphisme et communication est devenue, au fil des années, **une école et un centre de formation reconnus** par la profession et labélisés par les principaux organismes collecteurs de la formation professionnelle. Notre centre a su s'adapter aux évolutions technologiques.
- La particularité de Graphisme et communication est de proposer **différentes possibilités de formations**.
- Pour **des salariés des métiers de l'information et de la communication** qui souhaitent élargir leurs compétences professionnelles ;
- Pour des salariés et des demandeurs d'emploi en reconversion professionnelle pendant 9 mois, formation validée par le titre de Maquettiste Infographe (niveau III);
- ainsi que de la formation initiale, sur 2 années, avec un titre certifié au RNCP de niveau III.
- **Une équipe à votre écoute**  
Nous rejoindre, c'est la certitude de bénéficier d'une équipe de professionnels à la hauteur de vos ambitions et de vos attentes.
- **Un centre de formation idéalement placé...**  
Graphisme et communication se situe à proximité immédiate du métro Glacière (ligne 6) et de l'arrêt du bus 21.
- **Des locaux fraîchement rénovés**  
La réussite d'une formation passe par la qualité des conditions de travail, ce qui nous permet de vous accueillir dans un environnement agréable.



Notre centre de formation est enregistré au Datadock et sur Défi Métiers éligible au CPF. Vos formations peuvent être prises en charge par l'OPCA dont dépend votre entreprise.

**Retrouvez-nous sur notre site Internet ou Facebook :**

graphisme-et-communication.com facebook.com/graphismecomunication



# SOMMAIRE

## LE PRINT ET LES FONDAMENTAUX

01

### **P. 8 • Typographie-orthotypographie**

Les bases de la lettre, les classifications typographiques, les règles typographiques en vigueur dans l'édition.

02

### **P. 9 • Maquette et mise en page**

Les bases de la maquette, règles de communication visuelle, formats, proportions, tracés régulateurs, colonnage et calibrage du texte. Les choix typographiques, des images, cadrage et composition, code couleur...

03

### **P. 10 • Colorimétrie**

L'image, la trame, les niveaux de gris, la chromie, le scanner, l'image numérisée, les synthèses additive et soustractive. La couleur et sa symbolique, l'importance des conventions culturelles.

04

### **P. 11 • Photoshop et l'image numérique**

Les fonctionnalités et outils de base du traitement de l'image numérique.

05

### **P. 12 • Photoshop et l'image numérique**

Perfectionner ses connaissances des fonctionnalités et des outils du traitement de l'image numérique.

06

### **P. 13 • Illustrator et l'image vectorielle**

Les fonctionnalités et outils de base du traitement de l'image vectorielle.

07

### **P. 14 • Illustrator et l'image vectorielle**

Perfectionner ses connaissances et acquérir une pratique et une méthodologie professionnelle adaptée à la PAO ou au Web.

08

### **P. 15 • Infographie et datavisualisation**

Créer des datavisualisations, ou dataviz, sous forme d'infographies statiques. Connaître et déterminer les modes de représentation des données.

09

### **P. 16 • InDesign et la mise en page**

Gabarit, mise en valeur des textes et des images, afin de réaliser des mises en page efficaces.

10

### **P. 17 • InDesign et la mise en page**

Améliorer sa productivité, approfondir ses connaissances et enrichir ses méthodes de travail. Les fonctions avancées du logiciel.

11

### **P. 18 • Nos formations personnalisées**

PHOTOSHOP et l'image numérique ILLUSTRATOR et l'image vectorielle  
INDESIGN et la mise en page

12

### **P. 19 • FORFAIT PAO Illustrator-Photoshop In-Design DÉBUTANT**

Acquisition des principes de base des logiciels.

13

### **P. 20 • FORFAIT PAO Illustrator-Photoshop In-Design**

Optimiser ses productions.  
Automatiser les fonctionnalités répétitives...

14

### **P. 21 • Acrobat & PitStop flux de production PDF**

Préparation d'un document PDF. Contrôle du flux de production PDF avec PitStop, Les profils permettant la vérification, l'optimisation, la correction et la certification des PDF.

15

### **P. 22 • Acrobat et le PDF print et interactif**

Comprendre les différents usages du format PDF. Convertir, optimiser et diffuser vos documents. Organiser et protéger vos documents. Signer et suivre vos documents. Travailler sur vos appareils mobiles.

## WEB, RÉSEAUX SOCIAUX, COMMUNICATION DIGITALE

16

### **P. 24 • Les réseaux sociaux à usage professionnel**

Le Web social, le fonctionnement et la prise en main des principaux réseaux sociaux Facebook et Twitter. Les indicateurs clés et mesure de la performance.

17

### **P. 25 • Élaborer une stratégie sur les médias sociaux**

Conception, mise en œuvre et optimisation de stratégies de communication sur les médias et réseaux sociaux.

18

### **P. 26 • Community management**

Les enjeux et les différents leviers pour communiquer sur les réseaux sociaux. Stratégie et méthodologie.

19

### **P. 27 • Créer et animer une page Facebook d'entreprise**

Créer et d'animer une page professionnelle, administrer sa page, publier au quotidien et utiliser les outils de statistiques.

20

### **P. 28 • Utiliser Twitter dans un contexte professionnel**

Vision globale de Twitter et de ses fonctionnalités. Outils et méthodologie nécessaires à une prise de parole pertinente et professionnelle.

21

### **P. 29 • Créer et animer un blog**

Animer et mettre en place votre blog d'entreprise

22

### **P. 30 • WordPress construire un site**

Concevoir et d'administrer un site grâce au CMS WordPress. Utiliser le backoffice WordPress afin de gérer les contenus, les utilisateurs, l'intégration de modules fonctionnels et de thèmes visuels.

23

### **P. 31 • Joomla**

Découvrir les bases de la création d'un site avec le CMS Joomla !

24

### **P. 32 • Dreamweaver et les CSS conception de sites**

L'incontournable pour la création et la réalisation d'un site Web. Exploiter le logiciel pour la création et la mise à jour de pages Web.

# SOMMAIRE

---

## WEB, RÉSEAUX SOCIAUX, COMMUNICATION DIGITALE

25

### **P. 33 • Bootstrap développer des pages Web Responsive**

Réaliser des pages Web reprenant les codes esthétiques des sites actuels. Les composants et les plug-ins du framework Bootstrap. Développer des sites Web Responsive.

26

### **P. 34 • Google Analytics**

La formation Google Analytics vous permettra de définir et mettre en place un pilotage de suivi de performance d'un site Web afin d'en améliorer le trafic et de rentabiliser les visites.

27

### **P. 35 • After Effects motion graphic**

Utiliser After Effects pour concevoir des animations et des clips vidéo à destination du Web.

28

### **P. 36 • Première Pro et le montage vidéo**

Montage vidéo. Réaliser un projet complet, de l'acquisition des rushes jusqu'à l'exportation du montage final.

## PUBLICATION NUMÉRIQUE

29

### **P. 38 • Écrire pour le Web**

Définir une charte éditoriale et des principes d'écriture pour son site. Rédiger et optimiser ses écrits en fonction de ses objectifs de communication.

30

### **P. 39 • Photoshop pour le Web**

Les principes de base pour une utilisation du logiciel dédié au multimédia. Donner la possibilité de créer, de travailler et de retoucher des images destinées au Web.

31

### **P. 40 • Email marketing conception avec Photoshop**

Identifier les enjeux de l'email marketing. Utiliser Photoshop dans la conception d'email marketing. Appliquer les principes de base de l'accessibilité et les contraintes liées à l'envoi d'e-mailing.

32

### **P. 41 • Aquafadas publication digitale avec InDesign**

Utiliser et pratiquer les outils Aquafadas nécessaires à la réalisation de documents digitaux pour les tablettes et smartphones tactiles.

33

### **P. 42 • Aquafadas publication digitale avec InDesign**

Utiliser et pratiquer des fonctions interactives avancées payantes d'Aquafadas. Gérer les interactions avec les animations Motion Composer et la publication InDesign.

34

### **P. 43 • HTML5 et Aquafadas Motion Composer**

Créer des animations au format HTML 5 destinées au Web ou à la publication interactive avec In-Design. Créer des ePub 3 avec InDesign, gérer le texte, les médias, les boutons ou animations. finaliser son projet jusqu'à l'export de l'ePub.

35

### **P. 44 • Création d'ePub 3 avec InDesign**

36

### **P. 45 • Affinity Designer outil de conception UI et UX**

Logiciel de conception de vecteurs rapides, fluide et précis. Que vous travaillez sur des matériaux de marketing, des sites Web, des icônes ou des conceptions d'interface utilisateur.

37

### **P. 46 • Affinity Photo Logiciel professionnel de retouche photo**

Retoucher, sélectionner et détourer. Régler la chromie d'une image, créer un montage mêlant photos et texte. Traitement d'une image et enregistrement.

38

### **P. 47 • UX-UI Créativité numérique et communication digitale**

Identifier les enjeux stratégiques et créatifs du numérique. Appliquer les concepts créatifs propres au Web, au mobile, au social media et à l'Internet des objets.

39

### **P. 48 • UX Design expérience utilisateur**

Appliquer l'UX Design à la conception d'interfaces. Adopter des démarches de conception itératives. Améliorer la qualité de ses interfaces.

## LES FORMATIONS LONGUES ET VAE

40

### **P. 50 • Maquettiste-Infographiste l'essentiel**

Reconversion professionnelle.

41

### **P. 51 • Maquettiste-Infographiste multimédia**

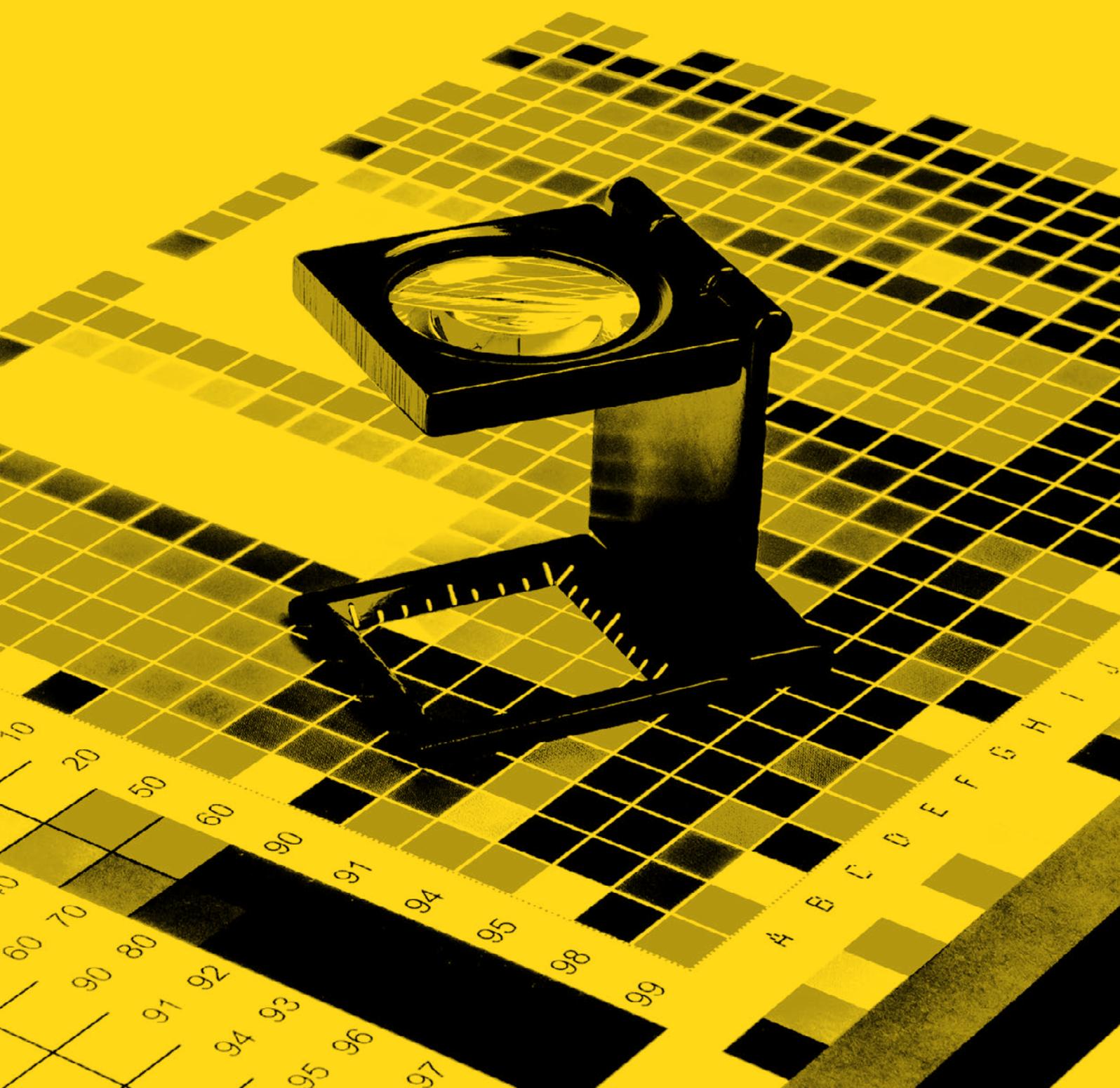
Évolution professionnelle du print vers le multimédia.

42

### **P. 52 • VAE Maquettiste-Infographiste**

Titre professionnel de niveau III (fr, niveau 5 (Eu).

# LE PRINT ET LES FONDAMENTAUX



# 01

# TYPOGRAPHIE ORTHOTYPOGRAPHIE

**MODULES**  
DE 1 À 2 JOURS

**PRÉREQUIS**

Aucun.

**PUBLIC**

Tous ceux qui font  
des mises en page,  
bureautique,  
print, Web et  
digital publishing...

## LE RÔLE DE LA MAQUETTE ET DE LA MISE EN PAGE

La présentation et la lisibilité d'un document dépendent en grande partie, des qualités techniques et graphiques de la maquette.

### PROCHE DU PRODUIT FINI

- Alliance de l'esthétique et des contraintes techniques.
- La communication. Définition d'axes de communication.
- Analyse de supports en édition, en presse, PLV ou marketing...

### LA COMMUNICATION GRAPHIQUE

- Définition d'axes et de lignes graphiques : les couleurs, le style, les images et les textes.
- Pertinence des choix typographiques et iconographiques.
- Définition d'un projet de création éditoriale : magazine, journal, brochure, PLV...

### LA CONSTRUCTION DU GABARIT

- Le format.
- Les pages et leur nombre. Le foliotage.
- Les tracés et les règles de proportion, le nombre d'or...
- Les blancs d'empagement.

### LE CONTENU DE LA MAQUETTE

- Les éléments de placement textes et images dans le gabarit.
- Assemblage des pages et finition.



**POINTS FORTS**

Nombreux cas concrets,  
exemples variés...

**GRAPHISME  
ET COMMUNICATION**  
est enregistré au Datadock

(Décret qualité no 2015-790  
du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002

Code CPF 16251

### OBJECTIFS

« Ce module permet d'acquérir les bases de la lettre, les classifications typographiques, les règles typographiques en vigueur dans l'édition. Règles grammaticales, orthographiques, conventions culturelles, règles esthétiques et historiques. La lecture, les signes de correction, l'apprentissage de la codification des corrections dans les métiers de l'édition seront abordés de manière concrète. »

# MAQUETTE ET MISE EN PAGE

# 02

## HISTOIRE DE LA LETTRE ET DES SIGNES

### LES CARACTÈRES ET LES MESURES TYPOGRAPHIQUES

- Reconnaissance des caractères, les grandes familles typographiques.
- Les critères de lisibilité et les règles typographiques.
- L'enrichissement et les niveaux de lecture.
- Les alignements du texte.

### L'ORTHOTYPOGRAPHIE

- Les règles d'orthographe appliquées au texte : la ponctuation – les césures – les accords – l'emploi des capitales et des bas de casse, de l'italique...
- Les chiffres en écriture arabe et en romain.
- Les signes de correction typographique.
- Les règles d'espaces.

### LE CALIBRAGE

- Du comptage de signes copie à la mise en page.

## MODULES DE 1 À 5 JOURS

### PRÉREQUIS

Aucun.

### PUBLIC

Toute personne ayant besoin de produire des supports de communication.



### POINTS FORTS

Apprentissage pas à pas adapté à vos besoins.

Nombreux cas concrets, exemples variés...

### OBJECTIFS

« Ce module permet d'acquérir les règles de communication visuelle, d'aborder les bases de la maquette, les formats, les proportions, les tracés régulateurs, le colonnage et le calibrage du texte. Choix typographiques, choix des images, cadrage et composition, code couleur... Le stagiaire sera capable de réinvestir ces savoirs pour des produits de communication tels qu'un magazine, une brochure... »

**GRAPHISME  
ET COMMUNICATION**  
est enregistré au Datadock

(Décret qualité no 2015-790  
du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002  
Code CPF 16251

# 03

# COLORIMÉTRIE

## MODULES DE 1 À 5 JOURS

### PRÉREQUIS

Être à l'aise avec l'ordinateur.

### PUBLIC

Chargés de communication, chargés de marketing, personnes ayant besoin de manipuler et transformer du texte, des photos ou illustrations.

Maquettiste, graphiste, opérateur(trice) PAO...



### POINTS FORTS

Apprentissage pas à pas adapté à vos besoins.

Nombreux cas concrets, exemples variés...

**GRAPHISME  
ET COMMUNICATION**  
est enregistré au Datadock

(Décret qualité no 2015-790  
du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002  
Code CPF 16251

### L'INTERFACE PHOTOSHOP

- Fenêtres, outils, menus et personnalisation de l'espace de travail.

### L'IMAGE NUMÉRIQUE

- Modes colorimétriques (RVB, CMJN, LAB, TSL).
- Formats d'enregistrements (psd, tiff, jpeg...).
- Propriétés des images : taille, résolution et profils colorimétriques.
- Cadrer, recadrer et/ou adapter la taille de l'image.
- Redresser, agrandir la zone de travail.

### LES SÉLECTIONS (LES BASES)

- Les différents outils de sélection.
- Additionner, soustraire, opérations sur les sélections.
- Mémoriser vos sélections flottantes.

### LA RETOUCHE

- Corriger les imperfections d'une image.
- Supprimer, remplacer, ajouter une portion d'image...

### LA CHROMIE (LES BASES)

- Corriger la tonalité, la saturation, ajuster les couleurs des images.
- Remplacer ou modifier une couleur.

### LES CALQUES (LES BASES)

- Création, duplication de calques pour créer des photomontages.
- Utilisation des masques de fusion et d'écrêtage sur vos calques.
- Appliquer de la transparence, des modes de fusion et des effets.
- Utiliser les calques de texte, de forme ou de réglage

### DÉTOURER VOS IMAGES (LES BASES)

- Détourer avec les outils de sélection.
- Décontamination de la couleur de détourage.
- Détourer des images à contours nets pour l'impression avec un tracé vectoriel.

### LES FORMES (BRUSH)

- Utilisation, réglages.
- Créer des formes personnalisées.
- Enregistrer des bibliothèques de formes.

### OBJECTIFS

« L'image, la trame, les niveaux de gris, la chromie, le scanner, l'image numérisée, tous ces sujets, seront abordés de manière concrète. Les synthèses additives et soustractives, les couleurs complémentaires, les accords de couleurs, les contrastes. La couleur et sa symbolique, l'importance des conventions culturelles. Acquisition des bases de la couleur. Comprendre que la colorimétrie est la base des systèmes de reproduction d'image existants, qu'elle permet de qualifier d'une manière scientifique et rigoureuse la perception des couleurs. »

# PHOTOSHOP

## ET L'IMAGE NUMÉRIQUE

# 04

NIVEAU 1

### LE RÔLE DE LA COULEUR

- La perception subjective de la couleur, la réception visuelle des couleurs.
- Les sources lumineuses : les critères de la couleur.
- Harmonie – vibration optique.
- Complémentarité – nuances.

### LES MODES COLORIMÉTRIQUES

- Le RVB et la synthèse additive.
- Le CMJN et la synthèse soustractive.
- Bichromie, trichromie.
- Le Lab, les couleurs indexées, les niveaux de gris.

### LA COULEUR DE L'IMAGE NUMÉRIQUE AVEC PHOTOSHOP

- Les réglages.
- La couleur du dessin numérique ?

### LA MISE EN COULEUR

### L'IMPRESSION

### LE WEB ET LE NUMÉRIQUE

## MODULES DE 1 À 5 JOURS

### PRÉREQUIS

Être à l'aise avec l'ordinateur.

### PUBLIC

Chargés de communication, chargés de marketing, personnes ayant besoin de manipuler et transformer des photos ou illustrations.

Maquettiste, graphiste, opérateur(trice) PAO...



### POINTS FORTS

Apprentissage pas à pas adapté à vos besoins.

Prise en main immédiate du logiciel, formation opérationnelle dès le retour en entreprise.

Nombreux cas concrets, exemples variés...

**GRAPHISME  
ET COMMUNICATION**  
est enregistré au Datadock

(Décret qualité no 2015-790  
du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002  
Code CPF 16251

### OBJECTIFS

« Le module Photoshop niveau 1 permet d'appréhender les fonctionnalités et les outils de base du traitement de l'image numérique. »

**MODULES  
DE 1 À 5 JOURS****PRÉREQUIS**

Être à l'aise  
avec l'ordinateur.

Avoir suivi le module  
Photoshop niveau 1 ou  
avoir des bases  
sur ce logiciel.

**PUBLIC**

Chargés de  
communication,  
chargés de  
marketing, personnes  
ayant besoin de  
manipuler et  
transformer des  
photos ou illustrations.

Maquettiste,  
graphiste,  
opérateur(trice) PAO...

**POINTS FORTS**

Apprentissage pas à pas  
adapté à vos besoins.

Prise en main immédiate  
du logiciel, formation  
opérationnelle dès le  
retour en entreprise.

Nombreux cas concrets,  
exemples variés...

**GRAPHISME  
ET COMMUNICATION**  
est enregistré au Datadock

(Décret qualité no 2015-790  
du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002

Code CPF 16251

**RÉVISER LES FONDAMENTAUX PHOTOSHOP**

- Personnaliser l'espace de travail, naviguer dans Photoshop.
- La résolution, le rééchantillonnage d'image et les modes colorimétriques.

**PRATIQUER LA RETOUCHE DE CHROMIE**

- Accentuer la luminosité, le contraste et la saturation.
- Corriger la vibrance, la tonalité, réchauffer ou refroidir une image.
- Mélanger des couches, choisir des variantes de corrections.
- Utiliser Camera Raw.

**CRÉER DES BIBLIOTHÈQUES**

- Créer et mémoriser vos objets vectoriels.
- Création de brosses personnelles, utilisation du pinceau mélangeur et réaliste.

**DÉTOURER DANS PHOTOSHOP**

- Créer des sélections, les améliorer, les mémoriser et les affiner (couches alpha).
- Sélectionner une portion d'image par plages de couleurs.
- Travailler en mode masque.
- Détourage avec les outils vectoriels.
- Utilisation des masques de fusion ou d'écrêtages.

**RETOUCHER VOS IMAGES**

- Ajouter, dupliquer des pixels avec les tampons duplication et correcteur.
- Remplir avec analyse de contenu manquant et contenu pris en compte.

**CRÉER DES PHOTOMONTAGES**

- Utilisation des calques d'images, de réglages et de leurs masques associés.
- Conversion des calques en objet dynamique, récupération d'objets Illustrator.
- Application de filtres dynamiques modifiables.

**AUTOMATISER DES TÂCHES**

- Création et utilisation des scripts et des droplets.

**PRÉPARER LES IMAGES POUR L'IMPRESSION OU LE WEB**

- Création de GIF animés.
- Comparaison des formats d'enregistrement et leur utilisation optimale.

**OBJECTIFS**

« Le module Photoshop niveau 2 permet de perfectionner ses connaissances des fonctionnalités et des outils du traitement de l'image numérique. »

# ILLUSTRATOR

## ET L'IMAGE VECTORIELLE

# 06

NIVEAU 1

### DÉCOUVRIR LES DIVERSITÉS D'USAGES D'ILLUSTRATOR

- Principales utilisations : logos, illustrations, schémas, graphes...
- Avantages du traitement vectoriel et des principaux formats.

### L'ERGONOMIE DU LOGICIEL

- Le plan de travail règles, repères, grille d'alignement.
- Le point d'origine, magnétismes et modes d'affichage.
- Les raccourcis clavier, les modes de sélection d'objets et d'attributs.

### L'ORGANISATION DU TRAVAIL

- Les palettes outils, couleurs, nuancier, contours.
- Calques, transformation, alignement des objets.
- Les fonds d'objets et les contours : épaisseur et attributs graphiques (continus, pointillés, flèches).

### LES OUTILS ET FONCTIONS DE TRACÉ DE COURBES DE BÉZIER

- Le dessin à la plume et la retouche avec les « Plumes », l'outil de conversion et le paramétrage des objets créés.
- Les formes prédéfinies d'objets : rectangles ellipses, polygones, étoiles, spirales...
- La création de symboles simples.
- L'import de « modèles » pour la retouche et la création de logos et illustrations en tracés vectoriels.

### LES OUTILS DE TRANSFORMATION

- Mise à l'échelle, rotation, déformation, miroir, déplacement.
- Modelage et distorsion.
- Pathfinders et tracé.
- Les effets spéciaux (palette aspect et menu filtres).
- La transparence et les masques d'écrêtage.
- Nettoyage, joindre/aligner extrémités, mise en relief, décalages tracés.

### LA MISE EN COULEURS

- Quadrichromie, RVB, nuancier Pantone, couleurs globales.
- Les dégradés : de couleurs, de formes, de filets.
- Les motifs et les styles de remplissage.

### LE TEXTE ET SES ENRICHISSEMENTS

- L'éditeur de texte et les différentes saisies du texte (libre, sur un tracé et dans une forme), la vectorisation.
- L'enrichissement typographique et l'affectation d'effets spéciaux.

### FINALISATION

- Formats d'enregistrement et d'exportation.
- Aplatissement de la transparence.
- Exportation en PDF, impression.

### OBJECTIFS

« Le module Illustrator niveau 1 permet d'appréhender les fonctionnalités et les outils de base du traitement de l'image vectorielle. »

### MODULES DE 1 À 5 JOURS

#### PRÉREQUIS

Être à l'aise avec l'ordinateur.

#### PUBLIC

Chargés de communication, chargés de marketing, personnes ayant besoin de manipuler et transformer des illustrations et graphiques.

Maquettiste, graphiste, opérateur(trice) PAO...



#### POINTS FORTS

Apprentissage pas à pas adapté à vos besoins.

Prise en main immédiate du logiciel, formation opérationnelle dès le retour en entreprise.

Nombreux cas concrets, exemples variés...

#### GRAPHISME ET COMMUNICATION

est enregistré au Datadock (Décret qualité no 2015-790 du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002  
Code CPF 16251

**MODULES  
DE 1 À 5 JOURS****PRÉREQUIS**

Être à l'aise  
avec l'ordinateur.

Avoir suivi le module  
Illustrator niveau 1  
ou avoir des bases  
sur ce logiciel.

**PUBLIC**

Chargés de  
communication,  
chargés de  
marketing, personnes  
ayant besoin de  
manipuler et  
transformer des  
photos ou illustrations.

Maquettiste,  
graphiste,  
opérateur(trice) PAO...

**POINTS FORTS**

Apprentissage pas à pas  
adapté à vos besoins.  
Prise en main immédiate  
du logiciel, formation  
opérationnelle  
dès le retour  
en entreprise.  
Nombreux cas concrets,  
exemples variés...

**GRAPHISME  
ET COMMUNICATION**  
est enregistré au Datadock

(Décret qualité no 2015-790  
du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002

Code CPF 16251

**AIDE À LA PRODUCTION**

- Tracés convertis en repères.
- Groupes et les sous-groupes de calques.
- Scripts pour enchaîner les actions répétitives.
- Personnaliser les paramètres des outils les plus courants.

**LA MISE EN COULEURS AVANCÉE**

- Peinture dynamique.
- Vectorisation dynamique.
- Créer des dégradés de couleurs en utilisant les différents types de dégradés.
- Le nuancier, la palette de couleurs.
- Créer ses propres bibliothèques de couleurs.

**CRÉER SES OUTILS DE DESSIN**

- La conception de formes artistiques, calligraphiques et de motifs élaborés.
- Modifier les formes pré-existantes.
- Créer ses bibliothèques de motifs et de formes.

**DESSINS COMPLEXES À LA PLUME**

- Les liens pour les visuels ou modèles intégrés à l'infographie.
- Mise en volume et perspective des formes objets.
- Enveloppes de transformation.
- Utilisation poussée des pathfinders pour la conception d'objets graphiques.
- La 3D sous Illustrator.
- Masques d'écrêtage.
- La décomposition des tracés et fonds.

**TEXTES**

- La saisie et la mise en forme du texte.
- La vectorisation.
- Les effets de déformation.
- La récupération des tableaux.

**BUSINESS GRAPHIC**

- Les graphiques et leurs enrichissements,
- Création de symboles de graphiques.

**FINALISATION**

- Les fonds perdus et traits de coupe personnalisés pour les formes de découpe.
- L'exportation des graphismes vers Photoshop.
- Les formats d'enregistrement.

**OBJECTIFS**

« Le module Illustrator niveau 2 permet d'acquérir une pratique et une méthodologie professionnelle adaptée à la PAO ou au web. »

# INFOGRAPHIE

## ET DATAVISUALISATION

# 08

### CONNAÎTRE LES MODES DE REPRÉSENTATION DES DONNÉES

- Comprendre la visualisation de données, son utilité et ses enjeux.
- Identifier les représentations visuelles applicables aux données.
- Différencier « visualisation de données » et « infographie ».
- Reconnaître et anticiper les difficultés (données manquantes, évolution peu visible, échelles faussées...).

### ANALYSER ET TRIER DES DONNÉES POUR PRÉPARER UN PROJET

- Déterminer la cible et le but de la visualisation pour apporter un point de vue adapté.
- Estimer les contraintes et choisir la représentation adéquate.
- Connaître et employer les codes et « bonnes pratiques ».

### CONCEVOIR, EXPÉRIMENTER DES CONCEPTS ET LES TESTER

- Optimiser l'utilisation du texte, des légendes...
- Composer avec la couleur et ses contraintes.
- Préparer des graphes avec les fonctions de base d'Illustrator.
- Utiliser les symboles et les formes pour créer des contours et des graphes personnalisés.

### PRÉPARER LES FICHIERS ILLUSTRATOR SELON L'UTILISATION FINALE (PRINT, WEB, VIDÉO...)

- Préparer la construction de son graphique final.
- Construire un rendu final.
- Justifier son raisonnement et sa méthodologie pour pouvoir argumenter ses choix.
- Tester la réalisation pour être sûr de sa lisibilité et de son interprétation.

#### OBJECTIFS

« Créer des datavisualisations, ou dataviz, sous forme d'infographies statiques. Connaître et déterminer les modes de représentation des données. »

### 2 JOURS

#### PRÉREQUIS

Bonne maîtrise d'Illustrator ou avoir suivi la formation Illustrator.

#### PUBLIC

Maquettiste, graphiste, opérateur(trice) PAO...



#### POINTS FORTS

Traitement des données  
Donner du sens à l'image.  
Nombreux cas concrets,  
exemples variés...

**GRAPHISME  
ET COMMUNICATION**  
est enregistré au Datadock

(Décret qualité no 2015-790  
du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002  
Code CPF 16251

**MODULES**  
DE 1 À 5 JOURS**PRÉREQUIS**

Être à l'aise  
avec l'ordinateur.

**PUBLIC**

Chargés de commu-  
nication, chargés de  
marketing, personnes  
ayant besoin  
de manipuler et  
transformer des  
photos ou illustrations.

**Maquettiste,  
graphiste,  
opérateur(trice) PAO...**

**POINTS FORTS**

Apprentissage pas à pas  
adapté à vos besoins.  
Prise en main immédiate  
du logiciel, formation  
opérationnelle dès le  
retour en entreprise.  
Nombreux cas concrets,  
exemples variés...

**GRAPHISME  
ET COMMUNICATION**  
est enregistré au Datadock

(Décret qualité n° 2015-790  
du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002

Code CPF 16251

**ERGONOMIE DU LOGICIEL**

- Outils, palettes et menus.
- Découverte des principaux outils.
- Paramétrer son environnement de travail.

**OBJETS**

- Blocs de texte, blocs image, blocs filets.
- Gestion des blocs et des plans.
- Associer, dupliquer et déplacer, fusionner, diviser...
- Les styles d'objet.
- Ombres et contours progressifs.

**TEXTES**

- Importer.
- Saisir. Le traitement typographique.
- Le formatage. Les feuilles de style de paragraphe et de caractère.
- Les styles imbriqués, les grep...
- Créer et utiliser la grille de ligne de base, créer des grilles de bloc.

**COULEURS**

- Définir et séparer des couleurs.
- Utiliser des tons directs.
- Créer des encres mélangées (bichromie).

**IMAGES**

- Les formats de fichiers d'image.
- Importer, recadrer, détourer.
- Les masques.
- Les habillages d'images.

**MAQUETTES**

- Pages-type et plan de montage.
- Créer et appliquer des pages-type aux pages d'un document.
- Maquette-mère, maquette-fille.
- Foliotage automatique.
- Les différents chaînages du texte.

**PRÉPARER LE DOSSIER POUR L'IMPRESSION**

- Contrôler son document.
- Imprimer une épreuve composite.
- Rassembler les informations.
- PDF.
- Générer un PDF pour l'impression.

**OBJECTIFS**

« À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de construire un gabarit, de mettre en valeur des textes et des images, afin de réaliser une mise en page simple et efficace. »

### GESTION DES PRÉFÉRENCES

- Optimisation du travail.
- Créer un jeu de raccourci clavier personnalisé.

### BLOCS TEXTES ET/OU IMAGES

- Approfondissement et fonctions avancées des courbes de Béziérs.
- Fusion, division et autres opérations sur les blocs.
- Déplacement et redimensionnement d'objets.
- Fonctions avancées d'alignement d'objets.
- Ancrage des blocs.

### TEXTES

- Rappel des règles typographiques, approches et espaces...
- Rechercher/remplacer.
- Tableaux.
- Feuilles de style textes et tableaux.
- Mode éditeur.
- Créer des groupes de glyphes.

### IMAGES

- Fonction masque.
- Convertir un détournage en bloc.
- Détourer dans InDesign.
- Habillage autour de graphiques.
- Images dans les tableaux.

### DOCUMENTS COMPLEXES

- Calques, maquettes.
- Styles d'objets avec styles de paragraphes et caractère imbriqués.
- Gabarits.
- Bibliothèques, livres, notes et appel de notes, index.
- Table des matières, sommaire automatique.
- Simplifier les adaptations au format.

### COULEURS

- Gestion des couleurs.
- Normes RVB, CMJN, Pantone.
- Séparation quadri, bichromie, trichromie.

### IMPRESSION

- Préparation pour l'impression, repères de coupe et de pliage.
- Gestion des fonds perdus, dépliants, rabats.
- Paramétrer des styles d'impression.
- Prévisualiser les séparations d'encres.
- Générer un fichier Postscript.
- Générer un PDF pour l'impression, pour Internet.

### OBJECTIFS

« Améliorer sa productivité, approfondir vos connaissances et enrichir vos méthodes de travail. Au travers d'exercices pratiques qui vous permettront de découvrir les fonctions avancées du logiciel. »

## MODULES DE 1 À 5 JOURS

### PRÉREQUIS

Être à l'aise avec l'ordinateur.

Avoir suivi le module Photoshop niveau 1 ou avoir des bases sur ce logiciel.

### PUBLIC

Chargés de communication, chargés de marketing, personnes ayant besoin

de manipuler et transformer des photos ou illustrations.

**Maquettiste, graphiste, opérateur(trice) PAO...**



### POINTS FORTS

Apprentissage pas à pas adapté à vos besoins. Prise en main immédiate du logiciel, formation opérationnelle dès le retour en entreprise. Nombreux cas concrets, exemples variés...

### GRAPHISME ET COMMUNICATION est enregistré au Datadock

(Décret qualité no 2015-790 du 30 juin 2015)

et sur **Défi Métiers**

**Code RNCP 13002**  
**Code CPF 16251**

# 11

## NOS FORMATIONS PERSONNALISÉES



### PHOTOSHOP ET L'IMAGE NUMÉRIQUE

PERFECTIONNEMENT

MODULES  
DE 1 À 2 JOURS

**CE MODULE EST ADAPTÉ À LA DEMANDE DU STAGIAIRE,  
EN FONCTION DE SES IMPÉRATIFS DE PRODUCTION.**

Approche personnalisée : les participants apportent des exemples concrets pour lesquels ils souhaitent une analyse personnalisée et des conseils opérationnels.



### ILLUSTRATOR ET L'IMAGE VECTORIELLE

PERFECTIONNEMENT

MODULES  
DE 1 À 2 JOURS

**CE MODULE EST ADAPTÉ À LA DEMANDE DU STAGIAIRE,  
EN FONCTION DE SES IMPÉRATIFS DE PRODUCTION.**

Approche personnalisée : les participants apportent des exemples concrets pour lesquels ils souhaitent une analyse personnalisée et des conseils opérationnels.



### IN-DESIGN ET LA MISE EN PAGE

PERFECTIONNEMENT

MODULES  
DE 1 À 2 JOURS

**CE MODULE EST ADAPTÉ À LA DEMANDE DU STAGIAIRE,  
EN FONCTION DE SES IMPÉRATIFS DE PRODUCTION.**

Approche personnalisée : les participants apportent des exemples concrets pour lesquels ils souhaitent une analyse personnalisée et des conseils opérationnels.

**GRAPHISME  
ET COMMUNICATION**  
est enregistré au Datadock  
(Décret qualité no 2015-790  
du 30 juin 2015)  
et sur Défi Métiers  
Code RNCP 13002  
Code CPF 16251



# FORFAIT PAO

INITIATION ILLUSTRATOR -  
PHOTOSHOP - INDESIGN

# 12

DÉBUTANT

## ILLUSTRATOR

- Dessin géométrique.
- Dessin vectoriel.
- Couleurs, dégradés et transparence.
- Texte et effets de texte.
- Transformations libres et paramétrées.
- Motifs, formes et symboles et graphes.
- Calques.
- Enregistrement et impression.

## PHOTOSHOP

- L'acquisition des images, scan, photo numérique.
- Cadrage et recadrage.
- Les modes colorimétriques, la taille, la résolution.
- La retouche photo, les détourages.
- Les sélections, les calques et le photomontage.
- Les formats d'enregistrement, l'impression.

## IN-DESIGN

- Interface - Paramétrages.
- Palettes, outils et menus.
- Documents, maquettes et gabarits.
- Objets texte et images.
- Gestion du texte, enrichissement, feuilles de styles.
- Couleur en aplat, dégradés.
- Importation du texte, des images.
- Assemblage des éléments.
- PDF.
- Enregistrement et impression.

## OBJECTIFS

« Acquisition des principes de base des logiciels. Le module Illustrator permet au stagiaire d'acquérir les fonctionnalités et outils de base traitement du dessin numérique. Le module Photoshop permet d'appréhender les fonctionnalités et les outils de base du traitement de l'image numérique. Le module InDesign permet au stagiaire d'acquérir les fonctionnalités et outils de base concernant la mise en page en PAO. »

## 15 JOURS

### PRÉREQUIS

Être à l'aise avec l'ordinateur.

### PUBLIC

Toute personne ayant besoin d'intervenir sur des supports de communication existants.

Toute personne ayant besoin de produire des supports de communication.



### POINTS FORTS

Apprentissage pas à pas adapté à vos besoins.

Prise en main immédiate des logiciels, formation opérationnelle dès le retour en entreprise.

Nombreux cas concrets, exemples variés...

### GRAPHISME ET COMMUNICATION est enregistré au Datadock

(Décret qualité no 2015-790 du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002  
Code CPF 16251

# 13

## FORFAIT PAO

ILLUSTRATOR - PHOTOSHOP  
IN-DESIGN

EXPERT

**MODULES  
DE 1 À 5 JOURS**

**PRÉREQUIS**

Être à l'aise avec les  
trois logiciels  
Illustrator, Photoshop  
et InDesign.

**PUBLIC**

TMaquettiste,  
graphiste,  
opérateur(trice) PAO...  
Directeurs artistiques,  
directeurs de création,  
responsables  
de fabrication,  
chefs de studio...



**POINTS FORTS**

Nombreux cas concrets,  
exemples variés...  
Une attention particulière  
portée à vos besoins  
professionnels.

**GRAPHISME  
ET COMMUNICATION**  
est enregistré au Datadock

(Décret qualité no 2015-790  
du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002  
Code CPF 16251

**CE MODULE EST ADAPTÉ À LA DEMANDE DU STAGIAIRE,  
EN FONCTION DE SES IMPÉRATIFS DE PRODUCTION.**

• Approche personnalisée : les participants apportent  
des exemples concrets pour lesquels ils souhaitent  
une analyse personnalisée et des conseils opérationnels.

**OBJECTIFS**

« Optimiser ses productions. Automatiser les fonctionnalités répétitives...

Le module Illustrator perfectionnement permet au stagiaire, de parfaire ses acquis professionnels afin d'optimiser son travail et d'améliorer son savoir-faire d'après des études de cas.

Le module Photoshop perfectionnement permet au stagiaire, de parfaire ses acquis professionnels pour l'optimisation de son travail.

Le module InDesign perfectionnement nécessite un bon niveau de connaissance d'InDesign. »

# ACROBAT & PITSTOP

## FLUX DE PRODUCTION PDF

# 14

### ACROBAT DISTILLER

- Paramétrages et réglages des options de Distiller.
- Création d'un fichier PostScript.
- Distillation du fichier PostScript.

### ACROBAT PROFESSIONAL

- L'environnement, l'ergonomie du logiciel, l'espace de travail.
- Le document PDF.
- La retouche dans un texte, le recadrage.
- Les propriétés du document, la rotation et/ou le redimensionnement des pages.

### ACROBAT PROFESSIONAL, FONCTIONS AVANCÉES

- Personnalisation et récupération des commentaires.
- Mise en place d'articles.
- Mise en place de liens URL.
- Création de champs : boutons de navigation, de commandes, personnalisés, de champs de texte.
- Exportation et importation de données de formulaire.

### CRÉATION DE PDF

- Virtual Printer.
- Distiller et gestion des options.
- Imprimer à partir de Créer Adobe PDF.
- Export direct à partir des logiciels de PAO.
- Assemblage de fichiers PDF.
- Import de fichier selon différents formats.

### CONTRÔLE D'UN DOCUMENT

- Utilisation des profils prédéfinis.
- Création de nouveaux profils.
- Ajout d'une note.

### CATALOGUE

- Principes d'indexation d'une base.
- Création d'un index, options d'indexation, dossier à inclure et à exclure.
- Constitution de l'index, planification, mise à jour.

### L'IMPRESSION

- Les options avancées de l'impression.

### LA PLACE DE PITSTOP DANS LES INDUSTRIES GRAPHIQUES

- Le PDF dans les industries graphiques, le PDF, un document sécurisé.
- Paramétrage du Distiller. • Le contrôle des documents, l'impression.
- Commandes spécifiques de PitStop. • La barre d'outil profils.
- La fenêtre d'inspecteur PitStop (modification des couleurs, de la surimpression...). • Création des scripts de contrôle.

### OBJECTIFS

« Cette formation permet d'acquérir les fonctionnalités de base de l'application pour la préparation d'un document PDF en vue de l'impression. Créer des profils permettant la vérification et l'optimisation pour la certification des PDF. Contrôle du flux de production PDF avec PitStop, indispensable pour créer des profils permettant la vérification, l'optimisation, la correction et la certification des PDF pour l'impression. »

## MODULES DE 1 À 3 JOURS

### PRÉREQUIS

Être à l'aise avec l'ordinateur, la bureautique et/ou la PAO

### PUBLIC

Toute personne ayant à créer et communiquer des fichiers PDF.

Contributeur de sites Web.

Gestionnaire des systèmes d'information, archiviste, documentaliste.



### POINTS FORTS

Apprentissage pas à pas adapté à vos besoins.

Prise en main immédiate du logiciel, formation opérationnelle dès le retour en entreprise.

Nombreux cas concrets, exemples variés...

### GRAPHISME ET COMMUNICATION est enregistré au Datadock

(Décret qualité no 2015-790 du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002  
Code CPF 16251

# 15

# ACROBAT

## ET LE PDF PRINT ET INTERACTIF

### MODULES DE 1 À 2 JOURS

#### PRÉREQUIS

Être à l'aise avec  
l'ordinateur,  
la bureautique et/ou  
la PAO.

#### PUBLIC

Toute personne ayant  
à créer et communi-  
quer des fichiers PDF.

Contributeur  
de sites Web.

Gestionnaire  
des systèmes  
d'information,  
archiviste,  
documentaliste.



#### POINTS FORTS

Apprentissage pas à pas  
adapté à vos besoins.

Prise en main immédiate  
du logiciel, formation  
opérationnelle dès le  
retour en entreprise.

Nombreux cas concrets,  
exemples variés...

**GRAPHISME  
ET COMMUNICATION**  
est enregistré au Datadock

(Décret qualité no 2015-790  
du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002  
Code CPF 16251

#### ACROBAT DISTILLER

- Paramétrages et réglages des options de Distiller.
- Création d'un fichier PostScript.
- Distillation du fichier PostScript.

#### ACROBAT PROFESSIONAL

- L'environnement, l'ergonomie du logiciel.
- L'espace de travail.
- Le document PDF.
- La retouche dans un texte.
- Le recadrage.
- Les propriétés du document.
- La rotation et/ou le redimensionnement des pages.

#### ACROBAT PROFESSIONAL, FONCTIONS AVANCÉES

- Personnalisation et récupération des commentaires.
- Mise en place d'articles.
- Mise en place de liens URL.
- Création de champs : boutons de navigation, de commandes, personnalisés, de champs de texte.
- Exportation et importation de données de formulaire.
- Retouche sur le texte et les objets.

#### CRÉATION DE PDF

- Virtual Printer.
- Distiller et gestion des options.
- Imprimer à partir de Créer Adobe PDF
- Export direct à partir des logiciels de PAO.
- Assemblage de fichiers PDF.
- Ajout et suppression de pages.
- Rotation et détournement de pages.
- Import de fichier selon différents formats.

#### CONTRÔLE D'UN DOCUMENT

- Utilisation des profils prédéfinis.
- Création de nouveaux profils.
- Ajout d'une note.
- Catalogue.
- Principes d'indexation d'une base.
- Création d'un index, options d'indexation, dossier à inclure et à exclure.
- Constitution de l'index, planification, mise à jour.

#### L'IMPRESSION

- Les options avancées de l'impression.

#### OBJECTIFS

« Comprendre les différents usages du format PDF. Convertir, optimiser et diffuser vos documents. Organiser et protéger vos documents. Signer et suivre vos documents. Travailler sur vos appareils mobiles. »



# WEB, RÉSEAUX SOCIAUX, COMMUNICATION DIGITALE



### 1 JOUR

#### PRÉREQUIS

Être à l'aise avec l'ordinateur.

Être utilisateur d'Internet.

#### PUBLIC

Toute personne souhaitant acquérir ou approfondir sa réflexion sur l'utilisation du canal Internet dans une stratégie de développement sur Facebook et Twitter.



#### POINTS FORTS

Formateur, consultant expert en marketing Internet, spécialiste des médias sociaux.

La formation est constituée d'apports théoriques et de démonstrations pratiques (vidéos, forums, blog, réseaux sociaux...).

#### GRAPHISME ET COMMUNICATION

est enregistré au Datadock (Décret qualité no 2015-790 du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002

Code CPF 16251

#### SYNTHÈSE ET TENDANCES DES MÉDIAS SOCIAUX AUJOURD'HUI

- Histoire des réseaux sociaux.
- Identifier les deux grandes approches (graphe social et graphe d'intérêts).
- Évolution des usages et chiffres clés en France aujourd'hui.

#### ZOOM SUR FACEBOOK

- Définir les fonctionnalités clés de Facebook.
- L'EdgeRank (algorithme de Facebook) et ses implications.
- Déterminer les KPIs Facebook.
- La publicité sur Facebook.
- Optimiser une présence sur Facebook (bonnes et mauvaises publications, rythmes de publication, horaires...).

#### ZOOM SUR TWITTER

- Comprendre Twitter et ses usages personnels et professionnels.
- Un ou plusieurs comptes ? Twitter, outil d'écoute. Twitter, outil de publication. Twitter, outil d'échange..

#### OPTIMISER SON CONTENU POUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Définir ses objectifs de présence.
- Mettre en place un dispositif de présence sociale.
- Déterminer présence et flux.
- Quel contenu pour quelle présence sociale ?

#### INDICATEURS CLÉS ET MESURE DE PERFORMANCE : ROI

- Identifier les bons KPIs.
- Atelier de découverte des outils internes et externes de statistique (Facebook Insights, Twitter Analytics...).

#### OBJECTIFS

« Cette formation permet de découvrir l'univers du Web social, de comprendre le fonctionnement et de prendre en main les principaux réseaux sociaux Facebook et Twitter. Déterminer les indicateurs clés et mesurer la performance. »

# ÉLABORER UNE STRATÉGIE

## SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

# 17

### CONCEVOIR, METTRE EN ŒUVRE ET OPTIMISER UNE STRATÉGIE SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

METTRE EN PLACE LA STRATÉGIE SOCIALE DE LA MARQUE

#### LA MARQUE ET SA COMMUNICATION FACE À LA RÉVOLUTION NUMÉRIQUE

- État des lieux de l'Internet fixe et mobile en France.
- Du Web 1.0 au Web 3.0, l'évolution des stratégies – Tendances.

#### DÉFINIR LA STRATÉGIE SOCIALE DE LA MARQUE

- Typologie de médias et réseaux sociaux (notoriété, usage...).
- Identifier les médias et réseaux sociaux les plus adaptés aux objectifs de marque.
- Associer, fidéliser et développer la préférence de marque.

#### CONCEVOIR LA STRATÉGIE SOCIALE DE LA MARQUE

- Les bonnes questions à se poser pour déterminer les besoins.
- Déterminer les axes et objectifs stratégiques.
- Connaître ses cibles – Comportements générationnels.
- Mettre en place une stratégie de contenus cohérente et adaptée au digital – Phasing et méthodologie.

COMMENT GÉRER ET OPTIMISER LA PRÉSENCE SOCIALE DE LA MARQUE

#### ANIMER LA PRÉSENCE SOCIALE

- Quand la marque devient média.
- Créer des contenus et dispositifs adaptés.
- Les différentes approches, storytelling, jeux et concours, co-création, advergames, serious games, réalité augmentée, réalité alternée...

#### ENTRER DANS LA CONVERSATION

- Workflow et chaînes des responsabilités.
- Bonnes pratiques d'interaction – Le rôle du blog dans la présence sociale.

#### GÉRER LA PRÉSENCE SOCIALE

- Principaux outils et services d'écoute et de veille.
- Évaluer l'efficacité de la stratégie de contenus.
- Évaluer l'efficacité de la stratégie sociale.
- Définir des KPI quantitatifs / qualitatifs – Savoir interpréter les métriques – Valider la stratégie.
- Comprendre le Edge Rank de Facebook.

#### OBJECTIFS

« Cette formation vous permet d'identifier les principes et concepts indispensables à la conception, la mise en œuvre et l'optimisation de stratégies de communication sur les médias et réseaux sociaux. Elle vous permet d'identifier les enjeux et les différents leviers pour communiquer. Mettre en place une stratégie et une méthodologie pour gérer la présence et l'engagement de la marque ou de l'entreprise auprès de ses communautés. Cerner et expérimenter les outils de veille et d'écoute pour optimiser sa présence. »

### 2 JOURS

#### PRÉREQUIS

Une connaissance des principaux aspects liés aux médias sociaux et au marketing sur Internet.

#### PUBLIC

Responsable marketing, responsable communication, responsable SAV, et toute personne souhaitant acquérir ou approfondir sa réflexion sur la gestion et l'animation de communautés dans une stratégie de communication Web 2.0...



#### POINTS FORTS

10 participants maximum, La formation est constituée d'apports théoriques, de démonstrations et de réflexions.

Formateur, consultant expert en marketing Internet, spécialiste des nouvelles tendances médias.

**GRAPHISME ET COMMUNICATION** est enregistré au Datadock

(Décret qualité no 2015-790 du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002

Code CPF 16251

**2 JOURS****PRÉREQUIS**

Être à l'aise avec son environnement informatique et avoir une bonne utilisation d'internet.

**PUBLIC**

Responsable Marketing, responsable communication, responsable SAV, et toute personne souhaitant acquérir ou approfondir sa réflexion sur la gestion et l'animation de communautés dans une stratégie de communication Web 2.0.

**POINTS FORTS**

Formateur, consultant expert en marketing Internet, spécialiste des nouvelles tendances médias. 8 participants maximum, un support de cours est remis pendant le stage. La formation est constituée d'apports théoriques, de démonstrations et de réflexions.

**GRAPHISME ET COMMUNICATION**  
est enregistré au Datadock

(Décret qualité no 2015-790 du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002  
Code CPF 16251

**LES ENJEUX DU COMMUNITY MANAGEMENT****DÉFINIR LE COMMUNITY MANAGEMENT**

- L'entreprise face aux évolutions du Web.
- Évolution et typologie des médias sociaux (blog, forum, réseaux sociaux...)
- Nouvelles tendances des médias sociaux.
- Typologie de Community Management

**LE COMMUNITY MANAGEMENT D'ENTREPRISE : L'ENTREPRISE COMMUNICANTE À L'HEURE DU WEB 2.0**

- De la génération X aux Digital Natives.
- Valeurs et comportements.
- La génération Y face à l'entreprise.
- Outils et pratiques (blogs, wiki...)

**LE COMMUNITY MANAGEMENT DE MARQUE : QUAND LA MARQUE DEVIENT MÉDIA**

- Construire et optimiser sa présence sur Facebook (Page, Facebook Ads, applications, interopérabilité).
- Construire et optimiser sa présence sur Twitter (philosophie, outils et pratiques, interopérabilité).
- Construire et optimiser sa présence sur les sites de partages de contenus (YouTube, Flickr, interopérabilité).

**LA FONCTION DE COMMUNITY MANAGER****METTRE EN PLACE UNE MÉTHODOLOGIE D'ÉCOUTE**

- Stratégie d'entreprise : pourquoi et comment écouter avant d'être présent.
- Stratégie de marque : écouter les médias sociaux et le Web
- Outils et services d'écoute.

**ENTRER DANS LA CONVERSATION**

- Workflow et chaînes des responsabilités.
- Bonnes pratiques d'interaction.
- Maîtriser les flux d'information.
- Le rôle du blog dans la présence « sociale ».

**ANIMER LA COMMUNAUTÉ**

- Créer des contenus et dispositifs adaptés aux médias sociaux.
- Promouvoir ses contenus sur les réseaux sociaux.
- Promouvoir sa communauté sur Internet.
- Interaction avec les dispositifs marketing traditionnels.
- Outils et services pour l'animation et la promotion de sa communauté.

**METTRE EN PLACE UNE MÉTHODOLOGIE D'ÉCOUTE**

- Définition des KPI (indicateurs clefs de performance).
- Reporting quantitatif de la « présence sociale ».
- Reporting qualitatif de la « présence sociale ».

**OBJECTIFS**

« Cette formation vous permet de lister les enjeux et les différents leviers pour communiquer sur les principaux systèmes sociaux. Mettre en place une stratégie et une méthodologie pour gérer la présence et l'engagement de la marque ou de l'entreprise auprès de ses communautés. Utiliser les outils de veille et d'écoute pour optimiser sa présence. »

# CRÉER ET ANIMER

## UNE PAGE FACEBOOK D'ENTREPRISE

# 19

### USAGES DE FACEBOOK AUJOURD'HUI

- Panorama des réseaux sociaux.
- Évolution des usages et chiffres clés en France aujourd'hui.

### ATELIER : CRÉER UNE PAGE FACEBOOK D'ENTREPRISE

- Définir une catégorie.
- Mettre en page les éléments graphiques.
- Envisager la visibilité de sa page.
- Ajouter une application.
- Déterminer l'environnement légal.

### ADMINISTRER LA PAGE FACEBOOK

- Découverte de la plateforme d'administration.
- Définir et ajouter des administrateurs.
- Activer les paramètres de ciblage.

### UTILISER AU QUOTIDIEN UNE PAGE FACEBOOK

- Publier sur Facebook : statut, photo(s), vidéo(s), liens...
- Fonctionnalités avancées de publication : programmation, ciblage, géolocalisation.
- Modifier une publication.
- Mise en avant de publication (publicité Facebook).
- Modération.

### COMPRENDRE FACEBOOK INSIGHTS, LE MODULE DE STATISTIQUES DE FACEBOOK

- Identifier les KPIs.
- Comprendre les tableaux de bord.
- Ajouter des pages à surveiller.
- Exporter les statistiques.

### LES OUTILS EXTERNES À FACEBOOK

- Identifier les outils d'administration et publication.
- Utiliser les outils de veille et analyse.

### OBJECTIFS

« Cette formation spécifique à Facebook permet de créer et d'animer une page professionnelle, administrer sa page, publier au quotidien et utiliser les outils de statistiques. »

### 1 JOUR

#### PRÉREQUIS

Être à l'aise avec son environnement informatique et avoir une bonne utilisation d'internet.

#### PUBLIC

Chargé de communication, community manager, responsable marketing, chef de produit ou toute personne amenée à créer ou animer une page Facebook d'entreprise.



#### POINTS FORTS

Formateur, consultant expert en réseaux sociaux, spécialiste communication et marketing. La formation est constituée d'apports théoriques, de démonstrations et de réflexions.

**GRAPHISME ET COMMUNICATION**  
est enregistré au Datadock

(Décret qualité no 2015-790 du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002  
Code CPF 16251

# 20

# UTILISER TWITTER

## DANS UN CONTEXTE PROFESSIONNEL

### 1 JOUR

#### PRÉREQUIS

Être à l'aise avec son environnement informatique et avoir une bonne utilisation d'internet.

#### PUBLIC

Toute personne voulant créer et faire vivre sa communauté sur Twitter...



#### POINTS FORTS

Formateur, consultant expert en marketing Internet, spécialiste des nouvelles tendances médias.

La formation est constituée d'apports théoriques, de démonstrations et de mises en pratique basées sur des exercices.

#### GRAPHISME ET COMMUNICATION

est enregistré au Datadock

(Décret qualité no 2015-790 du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002

Code CPF 16251

#### APPROCHE GÉNÉRALE

- Le Web, premier outil social et participatif.
- Concepts de base (participativité, fonctionnalité, outil, interface...).
- De l'énoncé à la fonction : le « parlé-outil » sur le Web.

#### QU'EST CE QUE TWITTER

- L'avènement du Web social.
- Les chiffres clés, profils et synthèse des usages des utilisateurs.
- Les codes et vocabulaire spécifiques.

#### POURQUOI UTILISER TWITTER EN TANT QUE PROFESSIONNEL

- Les usages professionnels de ce réseau social.
- La mise en place d'une stratégie de veille et de prise de parole.
- La définition d'un plan d'action

#### COMMENT PRENDRE EN MAIN TWITTER

- Les étapes pour créer votre compte.
- La présentation des différentes fonctionnalités propres à votre compte.
- La promotion de votre compte pour recruter des followers.
- Identifier les bons hashtags.

#### COMMENT UTILISER TWITTER POUR PROMOUVOIR VOTRE ACTIVITÉ

- Les règles d'or pour animer et échanger avec votre communauté.
- La mise en place d'une campagne publicitaire pour promouvoir votre activité.
- Les différents outils pour analyser vos statistiques.

#### OBJECTIFS

« Cette formation apporte une vision globale et une compréhension précise de Twitter et de ses fonctionnalités. Elle donne les outils et la méthodologie nécessaires à une prise de parole pertinente et professionnelle pour promouvoir votre activité sur ce réseau social. »

# CRÉER ET ANIMER UN BLOG

# 21

## IDENTIFIER LES ÉLÉMENTS-CLÉS D'UN BLOG RÉUSSI

- Différencier les blogs et les sites Web classiques.
- Adopter une stratégie marketing adaptée (cible, objectif, ligne éditoriale, participation des visiteurs...).
- Concevoir un blog pour la communication externe ou interne.
- S'imposer des règles de fonctionnement (fréquence des mises à jour, réactivité, animation).
- Définir une charte graphique.

## CHOISIR ET MAÎTRISER LES TECHNOLOGIES

- Comprendre le fonctionnement technique d'un blog (serveur, base de données, langage de scripts, téléchargement).
- Connaître le langage HTML pour améliorer son blog.
- Connaître les outils Web ou communautaires en ligne.
- Utiliser un logiciel serveur ou un CMS pour créer son blog.

## MAÎTRISER LES ASPECTS JURIDIQUES ET RÉGLEMENTAIRES

- Définir une charte d'utilisation, modérer les commentaires.
- Protéger le contenu de son blog par un copyright.
- Connaître et respecter le droit en matière de propriété intellectuelle.
- Être conscient des responsabilités en tant que « blogueur ».
- Respecter les règles en matière d'accessibilité.

## ADOPTER L'ÉDITION PERSONNALISÉE ET L'INFORMATION PARTAGÉE

- Optimiser l'information par la syndication de contenu (flux RSS).
- S'abonner grâce aux lecteurs de flux.
- Maîtriser le principe des trackbacks ou rétroliens.
- Insérer des liens permanents.

## COMPLÉTER ET PERSONNALISER SON BLOG

- Insérer des éléments multimédias et enrichir les pages : animations, vidéos, sons...
- Intervenir directement dans le code HTML.
- Connaître et envisager les autres modèles de blogs (moblogs, photoblogs, vidéoblogs...).

## RÉFÉRENCER ET RECHERCHER DES BLOGS

- Le référencement de ses billets par tags dans des annuaires ou moteurs spécialisés.
- Inscrire son blog dans des annuaires ou moteurs de recherche.

### OBJECTIFS

« Cette formation vous permettra de mettre en place et d'animer votre blog d'entreprise. Maîtriser les principaux concepts techniques et les outils liés aux blogs. Créer, mettre en oeuvre et animer un blog d'entreprise. »

## 1 JOUR

### PRÉREQUIS

Être à l'aise avec l'utilisation d'Internet et son environnement informatique.

### PUBLIC

Toute personne souhaitant créer son blog.



### POINTS FORTS

Apprentissage pas à pas adapté à vos besoins.

### GRAPHISME ET COMMUNICATION

est enregistré au Datadock (Décret qualité no 2015-790 du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002  
Code CPF 16251

**5 JOURS****PRÉREQUIS**

Être à l'aise avec l'utilisation d'Internet et son environnement informatique.

Une connaissance en conception et gestion de projet Web ou de l'environnement de type CMS est un plus.

**PUBLIC**

Chefs de projet, webdesigners, webmasters ou toute personne souhaitant créer un site avec le CMS WordPress.

**POINTS FORTS**

La formation est constituée d'apports théoriques, de démonstrations et de mises en pratique basées sur des exercices.

Formateur expérimenté spécialiste des logiciels du Web.

**GRAPHISME ET COMMUNICATION**  
est enregistré au Datadock

(Décret qualité no 2015-790  
du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002  
Code CPF 16251

**PRÉSENTATION GÉNÉRALE**

- Droit et licence d'utilisation, présentation de l'interface.
- Aperçu des principales fonctions du CMS.
- L'éditeur WYSIWYG.
- Les notions de thème et de plugin.

**HÉBERGEMENT**

- Les différents types d'offres, les critères de choix.
- Ouvrir un espace d'hébergement.
- Comprendre l'interface d'administration.

**INSTALLATION**

- Télécharger la dernière version de WordPress.
- Installation sur serveur distant (FileZilla).
- Création d'une base de données MySQL.
- Décompactage et installation des sources.
- Gestion des paramètres de bases

**CRÉATION DES CONTENUS**

- Notion d'article et de page, utilisation de l'assistant de rédaction wysiwyg, création des articles/des pages/des liens.
- Gestion des médias (images, animations, vidéos)..

**ORGANISATION DES CONTENUS**

- Gestion taxinomique des catégories et sous-catégories.
- Hiérarchisation et descendance des pages.
- Création de thésaurus et utilisation des tags.
- Protection des contenus par système de mot de passe.

**GESTION DES MENUS ET DES WIDGETS**

- La notion de menu, créer et organiser les menus.
- La notion de widget, ajouter/paramétrer les widgets.
- Positionner les widgets sur l'écran.
- Rôle et utilisation des divers widgets.

**GESTION DES UTILISATEURS**

- Définition des niveaux d'accès aux contenus.
- Ajout et gestion des nouveaux utilisateurs.
- Gestion des commentaires.

**GESTION DES THÈMES**

- La notion de thèmes, ajouter et activer un thème.
- Modifier un thème (paramètres, XHTML/CSS).

**GESTION DES EXTENSIONS ET MAINTENANCE**

- Installer, activer, paramétrer une extension.
- Importation et exportation de contenus.
- Mise à jour du logiciel.

**ATELIER DE CRÉATION (HORS FOAD)**

- Recherche et installation d'extension (Contact Form, Member Acces, Light Social, Lightbox, Role manager, WP Forum Server...).

**OBJECTIFS**

« Cette formation vous permet de concevoir et d'administrer un site grâce au CMS WordPress. Installer et paramétrer WordPress. Utiliser le backoffice WordPress afin de gérer les contenus, les utilisateurs, l'intégration de modules fonctionnels et de thèmes visuels. »

## L'ENVIRONNEMENT WEB

- Notions de base.
- Qu'est-ce qu'un site Internet ?
- Qu'est-ce qu'un CMS ?

## PRÉSENTATION DE JOOMLA

- Concepts de base de Joomla.
- Les différentes versions de Joomla (1.5 et 1.6).
- L'écosystème de Joomla.

## PRISE EN MAIN

- Premiers pas sur l'interface d'administration.
- Configuration du site.
- Les différents rôles (gestionnaire, administrateur, super administrateur)

## GESTION DES CONTENUS

- Gestion des contenus : textes, images, photos, vidéos, rubriques (sections, catégories).
- Gestion des articles statiques (version 1.0) et articles dynamiques (versions 1.5 et 1.6).
- Mise en forme des articles.
- Insertion de médias (images, vidéos, audio...).

## GESTION DES FONCTIONNALITÉS AVANCÉES

- Menus & Modules.
- Fonctions complémentaires de Joomla.
- Utilisations de fonctionnalités spécifiques : formulaires avancés, forum, agenda, galerie photos...
- Introduction à l'administration avancée.

## 4 JOURS

### PRÉREQUIS

Être à l'aise avec l'utilisation d'Internet et son environnement informatique.

Une connaissance en conception et gestion de projet Web ou de l'environnement de type CMS est un plus.

### PUBLIC

Toute personne souhaitant créer son site web avec le CMS Joomla!



### POINTS FORTS

Prise en main immédiate du logiciel, formation opérationnelle dès le retour en entreprise.

Cas concrets, exemples variés...

### GRAPHISME ET COMMUNICATION

est enregistré au Datadock (Décret qualité no 2015-790 du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002  
Code CPF 16251

### OBJECTIFS

« Découvrir les bases de la création d'un site avec le CMS Joomla! »

## MODULES DE 5 À 10 JOURS

### PRÉREQUIS

Maîtriser un poste informatique, être à l'aise avec la gestion de fichiers et dossiers.

Avoir une bonne habitude d'utilisation d'internet.

### PUBLIC

Graphistes, maquettistes, directeurs artistiques, opérateurs PAO.

Webmasters, développeurs et intégrateurs.



### POINTS FORTS

Apprentissage pas à pas adapté à vos besoins. Prise en main immédiate du logiciel, formation opérationnelle dès le retour en entreprise. Nombreux cas concrets, exemples variés...

### GRAPHISME ET COMMUNICATION

est enregistré au Datadock

(Décret qualité no 2015-790  
du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002

Code CPF 16251

### ORGANISATION DE L'ESPACE DE TRAVAIL

- Paramétrages des préférences : éditeurs externes, navigateurs.
- Planification du site. Définir et paramétrer un site local.
- Conception de l'arborescence. Construire la navigation dans le site : les différents types de liens.

### CRÉATION ET MAINTENANCE DU SITE

- Automatiser les tâches, faciliter la maintenance des pages, les mises à jour, créer du code réutilisable.
- Insertion d'objets. Création de cadres dans une page HTML.
- Les différents types d'images.

### INTERACTION DREAMWEAVER/FIREWORKS

- Insertion de tableaux : mode Standard ou mode « Mise en Forme ». Travailler les tableaux en mode « Développé ».
- Insertion de calques.
- Les objets Formulaires et leur fonctionnement.
- Les ancres (dans un même document, dans des documents différents).

### CRÉER UNE GALERIE D'IMAGES

- Création de bibliothèques.
- Réutiliser plusieurs fois les mêmes objets.

### MISES À JOUR RAPIDES DE TOUTES LES PAGES DU SITE

- Création de modèles. Les modèles standard, les modèles imbriqués. Définir des régions modifiables, répétées, facultatives.
- Mettre à jour rapidement tout le site.

### CRÉER DES STYLES (CSS)

- Contrôle de l'aspect visuel de l'ensemble du site.
- Respect de la charte graphique.
- Gestion des CSS par le panneau Propriétés.

### LES DIFFÉRENTS SÉLECTEURS CSS

- Utiliser le panneau « CSS pertinentes » : modification en direct dans le document. Mise en page complète en CSS.
- Les fragments de code (snippets). Créer du code réutilisable. Les différents types de fragments de code.
- Ajout d'interactivité et d'animations. Les comportements.
- Aperçu sur le javascript des comportements insertion d'animations Flash.

### LES FONCTIONS FTP

- Paramétrer les infos distantes. Les opérations d'archivage et d'extraction. Utiliser les fonctionnalités du voilage.
- Synchroniser les sites (serveur/local). Gestion globale du site.
- Vérifier les liens du site. Travailler avec la fenêtre de site.
- Utiliser le panneau des Actifs, regroupement des favoris.
- Faire valider le code HTML. Transfert FTP.

### OBJECTIFS

« L'incontournable pour la création et la réalisation d'un site Web. Exploiter le logiciel pour la création et la mise à jour de pages Web. Acquérir la maîtrise de la conception et de la production. »

# BOOTSTRAP

## DÉVELOPPER DES PAGES WEB RESPONSIVE

# 25

Le framework Bootstrap, créé par les développeurs de Twitter, est devenu un framework CSS de référence dans la conception de sites Web. Vous apprendrez à habiller vos pages et à les enrichir de composants interactifs avec Bootstrap afin de rendre vos sites attractifs et adaptatifs.

### PRÉSENTATION DU FRAMEWORK

- Vue d'ensemble du framework Bootstrap.
- L'apport de Bootstrap par rapport à CSS.
- Les éléments du kit Bootstrap (grilles, Normalize.css, icônes, plug-ins jQuery...).
- Comprendre l'arborescence des différents fichiers : feuilles de style, JavaScript...
- Lier une page Web à la feuille de style de base de Bootstrap.

### LES FEUILLES DE STYLE DE BOOTSTRAP

- Les CSS pour les éléments textuels et les images.
- Les CSS pour les éléments de formulaires et les tableaux.
- Utilisation des polices icônes pour afficher des icônes sur les pages.
- Les CSS pour la mise en page, les blocs de texte.
- Personnaliser sa feuille de style.

### LES GRILLES

- Comprendre le concept de grille.
- Les grilles adaptatives (le Responsive Web Design, Media Queries, positionnement...).
- Organisation de la grille. Manipuler les grilles.
- Créer une page multigrille. Les grilles statiques et élastiques.

### LES COMPOSANTS DE BASE

- Les menus déroulants.
- Les composants de navigation et de pagination.
- Les boutons, les badges, les alertes.
- Les barres de progression.
- Les tableaux, les listes d'éléments.

### LES PLUG-INS JQUERY DE BOOTSTRAP

- Les fenêtres modales. Les accordéons. Le carrousel de photos.
- La barre de navigation. Les onglets. Les menus déroulants.
- Les champs d'auto-complétion.
- Intégration de plug-ins externes (Datepicker...).
- Les cards conteneurs flexibles et extensibles.

### ANALYSE DES MODÈLES BOOTSTRAP

- Analyser des modèles construits à partir de Bootstraps.
- Créer un site avec un des modèles.
- Créer une page à partir d'un modèle en surchargeant le fichier CSS.
- Utiliser des fichiers LESS avec un préprocesseur et un serveur Nodejs.

### OBJECTIFS

« Intégrer Bootstrap dans un projet Web. Réaliser des pages Web reprenant les codes esthétiques des sites actuels. Maîtriser les composants et les plug-ins du framework Bootstrap. Développer des sites Web responsive. »

## MODULES DE 1 À 5 JOURS

### PRÉREQUIS

Connaître HTML et CSS et avoir des notions de JavaScript.

### PUBLIC

Webmasters, développeurs et intégrateurs...



### POINTS FORTS

Réalisation d'une interface administrateur back-office avec Bootstrap.

Création d'un site Web Responsive depuis un modèle Bootstrap.

**GRAPHISME  
ET COMMUNICATION**  
est enregistré au Datadock  
(Décret qualité no 2015-790  
du 30 juin 2015)  
et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002  
Code CPF 16251

**1 JOUR****PRÉREQUIS**

Être à l'aise avec l'outil informatique et internet.

**PUBLIC**

Webmasters, journalistes, rédacteurs web, webdesigners, développeurs, intégrateurs, bloggers, chargés de communication, chefs de projets, responsables marketing...

Toute personne ayant en charge le suivi, la gestion, la mise à jour d'un site Web y compris PME/ PMI, association, institution, administration.

**POINTS FORTS**

Apprentissage pas à pas adapté à vos besoins. Prise en main immédiate du logiciel, formation opérationnelle dès le retour en entreprise.

Nombreux cas concrets, exemples variés...

**GRAPHISME ET COMMUNICATION**  
est enregistré au Datadock

(Décret qualité no 2015-790 du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002

Code CPF 16251

**LES INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE (KPI)**

- Objectifs du site : trafic, notoriété, vente, leads, contacts, monétisation...
- Les indicateurs de performance : campagnes marketing online, contenus du site, ergonomie du site, conversions et du e-Commerce.
- Calculer son retour sur investissement (ROI).  
Hiérarchiser et interpréter les KPI.

**CONNAÎTRE LES DIFFÉRENTES SOLUTIONS DE MESURE D'AUDIENCE**

- Les technologies de mesure d'audience : Logs, tags, panels.
- Les solutions : Google Analytics, Xiti/AT Internet, Weborama, Ominture...

**PILOTER LE DÉPLOIEMENT DE L'OUTIL GOOGLE ANALYTICS**

- Marquage des contenus, des actions, des conversions.
- Marquage du e-commerce et des campagnes publicitaires.
- Marquage des réseaux sociaux. Marquage des sites et applications mobiles (iPad, Iphone, Android...).

**MAÎTRISER LES FONCTIONNALITÉS AVANCÉES**

- Les segments personnalisés. Les alertes. Les vues et filtres.
- Les variables et valeurs personnalisées. Google Tag Manager.

**METTRE EN PLACE UN REPORTING**

- Les différents types de reporting : rapports automatiques, tableaux de bord sur mesure.
- Format, fréquence d'envoi, période d'analyse et de comparaison des reportings.
- Personnaliser les reportings.

**INTERPRÉTER LES STATISTIQUES ET METTRE EN PLACE DES ACTIONS CORRECTIVES**

- Optimiser ses campagnes e-marketing (référencement naturel, liens sponsorisés, e-mailing, bannières...).
- Améliorer ses contenus et l'ergonomie.
- Augmenter le taux de conversion.

**OBJECTIFS**

« La formation Google Analytics vous permettra de définir et mettre en place un pilotage de suivi de performance d'un site web afin d'en améliorer le trafic et de rentabiliser les visites. »

### L'INTERFACE ET LES BASES DE L'ANIMATION

- Description de l'interface, les notions de « points clé » et de « calques ».
- Introduction à l'animation.
- Préférences et modules de sortie.
- Points clés et compositions.
- Déplacement dans la timeline, markers, assistants de points clés standards, compositions gigognes, fenêtre d'effet, précomposition et redistribution temporelle.
- Calques d'ajustement.

### RÉGLAGES DE VÉLOCITÉ, NOTIONS D'INTERPOLATIONS SPATIALES

- Interpolations temporelles et spatiales, déplacement et copie de points clé.
- Les couches alpha : import d'éléments Photoshop, export d'animations avec transparence.

### MASQUES ET ANIMATIONS AVANCÉES

- Masques, interpolation de masques, luma mattes, transfer controls, techniques d'animation de texte.
- Dessin de trajectoire à main levée avec l'assistant motion sketch.
- Effets, effets de flou, effets « channel », distortion standard.
- Contrôle de l'image, incrustations standards.
- Perspective, lens flare.
- Stylise, ramps.
- Texte.
- Filtres temporels, effets de transition.

### INTRODUCTION À LA VERSION PROFESSIONNELLE

- Les assistants : motion tracker, motion stabilize, wiggler, smoother.
- Effets pros : incrustations, Time displacement.
- Effets spéciaux.
- QuickTime sur MacOS ou Windows.

### INTÉGRATION DES CLIPS DANS FLASH

#### OBJECTIFS

« Cette formation vous permet d'utiliser After Effects pour concevoir des animations et des clips vidéo à destination du Web. »

### 5 JOURS

#### PRÉREQUIS

Une bonne connaissance de logiciels graphiques est nécessaire.

#### PUBLIC

Pour toute personne concernée par le motion graphic, directeurs artistiques, infographistes...



#### POINTS FORTS

La formation est constituée d'apports théoriques, de démonstrations et de mises en pratique basées sur des exercices pratiques.

Formateur expérimenté spécialiste des logiciels du Web.

Nombreux cas concrets, exemples variés...

**GRAPHISME ET COMMUNICATION**  
est enregistré au Datadock

(Décret qualité no 2015-790 du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002  
Code CPF 16251

**MODULES  
DE 1 À 5 JOURS****PRÉREQUIS**

Connaissances minimales de l'image et de la vidéo.

**PUBLIC**

Tout public, professionnel ou individuel, souhaitant se former au montage vidéo virtuel et à l'utilisation d'Adobe Premiere®.

Utilisation dans le cadre de films institutionnels, diffusions off-line ou Web, communication/marketing...

**POINTS FORTS**

Apprentissage pas à pas adapté à vos besoins.

Prise en main immédiate du logiciel, formation opérationnelle dès le retour en entreprise.

Nombreux cas concrets, exemples variés...

**GRAPHISME  
ET COMMUNICATION**  
est enregistré au Datadock

(Décret qualité no 2015-790  
du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002  
Code CPF 16251

**L'INTERFACE ADOBE PREMIÈRE**

- Les menus, les outils, les principales fonctionnalités.
- Les différents formats vidéo, les différents codecs vidéo.
- Vidéo entrelacée et vidéo progressive.
- Espace et profondeur colorimétrique.
- Le matériel/les contraintes, les notions de time-line et de tête de lecture, time-code et unité de temps audio.
- Configuration du périphérique à capturer.

**PILOTAGE DU MATÉRIEL**

- L'acquisition, le dérushage, la navigation temporelle, le séquençage, le montage « cut », les transitions et les effets.
- La sonorisation, le titrage.
- L'exportation.

**PREMIERS PAS**

- La notion de projet, paramétrage et configuration du banc de montage, disques de travail et de rendu.
- Le dérushage.
- La gestion et les recherches dans le chutier, l'organisation des séquences et des scènes.
- Moniteur « cible »/moniteur « source », les rudiments du montage navigation dans la timeline.

**LE MONTAGE**

- Gestion des pistes audio/vidéo, magnétisme de la timeline, les différentes techniques de montage non linéaire.
- Outil de raccord par propagation, de raccord par modification.
- Options d'effets géométriques, opacité, modes de fusion, séquence gigognes, les transition (fondus, surimpression...).
- Le rendu.

**LE SON**

- La sonorisation, le commentaire, la bande sonore.
- Le mixage des pistes, le master.

**LA COLORIMÉTRIE, LES EFFETS ET LE TITRAGE**

- Les effets (flous, netteté...).
- Les différentes représentations colorimétriques, couleur lumetri.
- Les titres et sous-titres animés, grille de sécurité, les masques, le générique.

**LES COMPLÉMENTS**

- L'habillage : importation d'éléments Photoshop, After effects.

**FINALISATION**

- Les paramètres d'exportation, l'exportation.
- Les différents formats d'enregistrement et de compression.
- L'encodage pour les différents modes de diffusion.

**OBJECTIFS**

« Découvrir et appréhender le montage virtuel de la vidéo grâce à la maîtrise de l'utilisation des principales fonctionnalités de Adobe Premiere. Initiation aux principes de base du montage audiovisuel. Connaître les principaux termes techniques et dénominations du montage vidéo pour dialoguer efficacement avec les différents intervenants du domaine. Réaliser un projet complet, de l'acquisition des rushes jusqu'à l'exportation du montage final. »

# PUBLICATION NUMÉRIQUE



**2 JOURS****PRÉREQUIS**

Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation.

**PUBLIC**

Responsables marketing, communication, responsables éditoriaux, webmasters.

Toute personne devant rédiger des documents ou supports on-line.

**POINTS FORTS**

Apprentissage pas à pas adapté à vos besoins. Nombreux cas concrets, exemples variés...

**GRAPHISME ET COMMUNICATION**  
 est enregistré au Datadock

(Décret qualité n° 2015-790 du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002  
Code CPF 16251

**PRINCIPE DE CONCEPTION DE SITES WEBSIMPLICITÉ :  
 INTERNAUTE CLIENT/INTERNAUTE COLLABORATEUR**

- Définition de site : ciblage, analyse, architecture, processus.
- Développement : cycles, équipes.
- Mise en ligne : stratégie de lancement, vie du site.
- Contraintes et particularités du WebAnalyse, comparer des différents médias (presse écrite, radio, télévision, Internet).

**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 multimedia.

**ÉCRIRE POUR ÊTRE LU**

- Bases de l'écriture journalistique.
- La synthèse, la réécriture et la rédaction.
- Le message essentiel et les 5 W.
- Les plans à utiliser.
- Les types d'article adaptés au web.

**Y A-T-IL UN STYLE ET UN TON PARTICULIER ADAPTÉS À INTERNET ?**

- L'habillage d'un article (titre, chapeau, descriptif, intertitres...) et son rôle sur le web.
- Écriture hypertextuelle.
- Organisation des liens internes et externes (navigation horizontale et indexation).

**ÉCRIRE POUR ÊTRE RÉFÉRENCÉ**

- Les niveaux de lecture.
- La « scannabilité ».
- Citation des sources.
- Relation et gestion d'un article avec les archives du site.

**CONSTITUTION DE DOSSIERS THÉMATIQUES**

- Écriture interactive et multimédia.
- Participation de l'internaute : chat, forums/ contributions rédactionnelles.
- Place des différents médias (texte, images, son, vidéo...) et liens entre eux.

**CONSTRUCTION MULTIMÉDIA D'UN ARTICLE**

- La place de l'image et de la légende.
- Les droits.
- Les droits sur les textes.
- Les droits sur les images.

**OBJECTIFS**

« Connaître les spécificités de l'écriture pour le Web. Définir une charte éditoriale et des principes d'écriture pour son site. Rédiger et optimiser ses écrits existants en fonction de ses objectifs de communication. Améliorer son référencement naturel. »

# PHOTOSHOP

## POUR LE WEB

# 30

### INTERFACE DE PHOTOSHOP

- Options et formes d'outils.
- Utilisation des calques.
- Création et utilisation des calques.
- Masques de fusion, masques vectoriels.
- Transformation par souris (rollovers).
- Export, optimisation pour le Web.
- Tranches.
- Animation.

### GIFS ANIMÉS

- Sélection et détourage.
- Méthodes de détourage, détourage par tracés.
- Réglages des images RVB et couleurs.
- Réglages automatiques.
- Réglages par niveaux.
- Utilisation des calques.
- Création et gestion des calques.
- Transparences.
- Effets de calques.

### OPTIMISATION WEB : ENJEUX GÉNÉRAUX ET CONTRAINTES

- Rappel des notions générales de taille, de définition, de colorimétrie et de format d'image.
- Techniques et contraintes de mise en page Web : tableaux, balise <div>, css.
- Production.

### CRÉATION DE TRANCHE

- Modification des tranches Insertion de liens (URL).
- Préparation pour l'exportation.

### AUTOMATISATION

- Création et utilisation de scripts.
- Traitement par lot, droplets.
- Création de galerie (mini-sites) Web.

### EXPORTATION

- Optimisation des images pour le Web (taille, définition, GIF, JPEG, PNG).
- Paramètres d'exportation (HTML, XHTML, CSS, <div>).
- Exportation des tranches.

### OBJECTIFS

« Les principes de base pour une utilisation du logiciel dédié au multimédia. Le module Photoshop pour le Web permet d'appréhender les fonctionnalités et les outils de base de Photoshop. Donner la possibilité de créer, de travailler et de retoucher des images destinées au web. »

## 2 JOURS

### PRÉREQUIS

Maîtriser un poste informatique, être à l'aise avec la gestion de fichiers et dossiers.

Avoir une bonne habitude d'utilisation d'internet.

Avoir fait photoshop niveau 1 ou équivalent.

### PUBLIC

Chargés de communication, chargés de marketing, personnes ayant besoin de manipuler et transformer des photos ou illustrations.

Maquettiste, graphiste, opérateur(trice) PAO, web designer...



### POINTS FORTS

Apprentissage pas à pas adapté à vos besoins.

Prise en main immédiate du logiciel, formation opérationnelle dès le retour en entreprise.

Nombreux cas concrets, exemples variés...

**GRAPHISME ET COMMUNICATION**  
est enregistré au Datadock  
(Décret qualité no 2015-790  
du 30 juin 2015)  
et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002  
Code CPF 16251

### 3 JOURS

#### PRÉREQUIS

Être à l'aise avec l'utilisation d'Internet et son environnement informatique.

Avoir suivi le module Photoshop niveau 1 ou avoir des bases sur ce logiciel.

#### PUBLIC

Toutes personnes souhaitant créer pour l'email marketing des documents dynamiques, performants et riches graphiquement.



#### POINTS FORTS

La formation est constituée d'apports théoriques, de démonstrations et de mises en pratique basées sur des exercices.

Formateur expérimenté spécialiste des logiciels du Web.

**GRAPHISME ET COMMUNICATION**  
est enregistré au Datadock

(Décret qualité no 2015-790 du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002

Code CPF 16251

#### QU'EST-CE QUE L'EMAIL MARKETING ?

- Définitions et enjeux généraux de l'email marketing.
- Quelques chiffres clés.
- Mise en place d'un système d'email marketing (principes, enjeux, méthodes).
- Règles d'accessibilité.
- Gestion des médias (images, animation, audio, vidéo, flux).
- Modes de gestion et méthodes d'envoi.

#### LÉGISLATION

- Les bonnes pratiques et la netiquette.
- La problématique du spamming.
- La gestion des fichiers clients.
- La gestion des droits d'auteur et droits voisins.

#### DÉCOUVERTE DE L'INTERFACE

- La gestion des panneaux.
- Espaces de travail.
- Les commandes d'affichage.
- Outil de rotation de l'affichage.

#### OPTIMISATION DES IMAGES

- Notion de définition, de taille et de format d'image.
- Régler la taille d'une image et de la zone de travail.
- Recadrer une image.
- Résolution et formats d'image (taille, définition).
- Exporter une image pour le Web (poids, taille, définition, GIF, JPEG, PNG).

#### FONCTIONS DE RÉGLAGE

- Netteté, réglage des contrastes et de la luminosité.
- Réglage des niveaux, couleurs, tons foncés/tons clairs.

#### FONCTION DE CRÉATION

- Utiliser les outils de dessin de formes vectorielles.
- Utiliser l'outil texte.

#### FONCTION DE COMPOSITION

- Règles ergonomie et organisation de l'information.
- Utiliser les calques.

#### ENRICHISSEMENT GRAPHIQUE

- Utiliser les styles de calque (ombres, biseautages, effets...).
- Créer des boutons, créer des blocs de mise en page.

#### DÉCOUPAGE

- Trancher un document.
- Paramétrer les tranches (textes alternatifs, titres...).
- Ajouter des liens hypertextes aux images.

#### EXPORTATION

- Préparer une création pour l'exportation.
- Paramètres d'exportation (HTML, XHTML, CSS, DIV).
- Exporter en HTML.

#### OBJECTIFS

« Cette formation vous permet d'identifier les enjeux de l'email marketing. Utiliser Photoshop dans la conception d'email marketing. Appliquer les principes de base de l'accessibilité et les contraintes liées à l'envoi d'e-mailing. »

# AQUAFADAS

## PUBLICATION DIGITALE AVEC IN-DESIGN

# 32

NIVEAU 1

### PRÉSENTATION D'AQUAFADAS DIGITAL PUBLISHING

- Analyse du flux de production.
- Différencier un projet AVE MAG et AVE PDF.
- Création d'un compte Aquafadas.
- Installation des outils développer Apple (Xcode et iOS simulator).
- Installation et mise à jour des outils Aquafadas.

### CRÉATION D'UN PROJET AVE MAG

- Créer un projet en utilisant le panneau AVE Project Manager.
- Importer un document InDesign.
- Insérer des articles dans un projet.
- Gestion des orientations portrait et paysage.

### CRÉATION D'UN PROJET AVE PDF

- Utiliser un fichier de mise en page prévu pour l'impression et le convertir en document interactif.
- Options de projet et d'articles.

### GESTION DES ÉLÉMENTS INTERACTIFS AVEC AVE INTERACTIVITY

- Transformer un objet vectoriel en élément interactif.
- Créer une image avec action et en plein écran.
- Création de diaporama d'images simples et avec miniatures.
- Comparer deux images.
- Insertion d'éléments audio et vidéo en local.
- Afficher une carte Boutons et notion d'actions sur les calques.
- Bouton de navigation pour aller à la page ou l'article.
- Importer un séquences d'images.
- Drag and Drop pour glisser et déposer un objet.

### HTML & QR CODE

- Générer un QR Code depuis un hyperlien, un texte brut, un message, un email, une carte de visite. Insérer du code HTML dans vos documents numérique, pour afficher une vidéo en streaming, une carte Google.

### VISUALISER LE PROJET

- Générer le projet sur une tablette (Wifi).
- Sur le simulateur iOS via un navigateur Web.

### OBJECTIFS

« Utiliser et pratiquer les outils Aquafadas nécessaires à la réalisation de documents digitaux pour les tablettes et smartphones tactiles tel que l'iPad et l'iPhone, et autres modèles fonctionnant sous Android. »

### 3 JOURS

#### PRÉREQUIS

Avoir suivi la formation InDesign niveau 1 ou posséder les compétences équivalentes.

#### PUBLIC

Graphistes, DA qui désirent s'initier à la publication digitale avec InDesign et Aquafadas.



#### POINTS FORTS

Apprentissage pas à pas adapté à vos besoins.  
Prise en main immédiate du logiciel, formation opérationnelle dès le retour en entreprise.

Nombreux cas concrets, exemples variés...

**GRAPHISME  
ET COMMUNICATION  
est enregistré au Datadock**

(Décret qualité no 2015-790 du 30 juin 2015)

**et sur Défi Métiers**

**Code RNCP 13002  
Code CPF 16251**

**3 JOURS****PRÉREQUIS**

Avoir suivi la formation Aquafadas niveau 1 publication digitale avec InDesign ou posséder les connaissances équivalentes.

**PUBLIC**

Graphistes, maquettistes, directeurs artistiques, opérateurs PAO.

**GESTION DES ÉLÉMENTS INTERACTIFS PAYANTS AVEC AVE INTERACTIVITY**

- Appliquer des actions avec les scripts.
- Utiliser les conditions.
- Utiliser le sélecteur de couleur.
- Identifier et appliquer les outils de coloriage.
- Créer un puzzle.
- Créer un labyrinthe.
- Créer un karaoké.
- Créer un jeu de correspondance.
- Créer un jeu de mémoire.
- Créer un sudoku.
- Créer une galerie d'images.

**PRÉSENTATION ET ANALYSE DU LOGICIEL MOTION COMPOSER**

- Identifier les interactions entre l'animation et la publication.
- Créer un labyrinthe de collision.
- Bouger la tablette pour déplacer le contenu ou attraper du doigt des objets.

**ANALYTICS**

- Présentation des services analytics compatibles.
- Lier la publication avec un service analytic.
- Lecture des données.
- Notion de Tag Patterns.

**POINTS FORTS**

Prise en main immédiate du logiciel, formation opérationnelle dès le retour en entreprise. Les stagiaires sont invités à venir avec des documents afin de résoudre des problématiques concrètes.

**GRAPHISME ET COMMUNICATION est enregistré au Datadock**

(Décret qualité no 2015-790 du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002

Code CPF 16251

**OBJECTIFS**

« Utiliser et pratiquer des fonctions interactives avancées payantes d'Aquafadas. Gérer les interactions avec les animations Motion Composer et la publication InDesign. Analyser et paramétrer les fonctions d'Analytics. »

# HTML5 ET AQUAFADAS

## MOTION COMPOSER

# 34

### CRÉER DES ANIMATIONS HTML5 SANS CODER AVEC AQUAFADAS MOTION COMPOSER

#### CRÉER UN DOCUMENT

- Appliquer un titre.
- Paramétrer les dimensions.
- Choisir la couleur de fond.
- Identifier et tester le facteur de temps.
- Utiliser et créer des préréglages.

#### DIAPOSITIVE ET ÉTAT

- Employer les outils pour ajouter, supprimer, déplacer, dupliquer, nommer.
- Identifier et ajouter des états.
- Appliquer des actions sur les états.
- Identifier et appliquer des actions de départ et de fin.
- Utiliser et créer des préréglages.
- Gérer la mise en forme avec les styles.

#### TRANSITIONS

- Appliquer et paramétrer des transitions de fondu ou de mouvement.
- Gérer la durée de la transition.
- Pratiquer le masque de transition.
- Utiliser et créer des préréglages.

#### ÉLÉMENT

- Appliquer un nom.
- Identifier et appliquer des actions de clic.
- Gérer la position de l'élément.
- Utiliser et appliquer des styles pour la mise en forme.
- Utiliser le masque.

#### EFFETS

- Analyser et appliquer des effets sur les textes et images.
- Utiliser et créer des préréglages.
- Appliquer des transitions d'éléments.

#### LIBRAIRIE ET OBJETS

- Créer et utiliser les bibliothèques de sons et d'images.
- Utiliser le gestionnaire de médias.
- Ajouter un objet ou un composant audio.
- Disposer les objets.

#### PUBLIER ET EXPORTER

- Aperçu HTML 5.
- Choisir le type de publication locale ou en ligne.
- Choisir les préférences d'exportation.
- Identifier et différencier les exports ADPS, AVE et Widget.
- Tester dans un navigateur et dans une publication interactive.

#### OBJECTIFS

« Créer des animations au format HTML 5 destinées au Web ou à la publication interactive avec InDesign. »

### 2 JOURS

#### PRÉREQUIS

Être à l'aise avec l'environnement informatique.

#### PUBLIC

Graphistes, Web designers, directeurs artistique qui désirent réaliser des animations en HTML 5 avec un outil simple qui ne nécessite pas la connaissance du code.



#### POINTS FORTS

La formation est constituée d'explications théoriques, de démonstrations suivies d'exercices de mise en pratique.

Formateur expérimenté spécialiste des logiciels du Web et de la publication interactive.

Nombreux cas concrets, exemples variés...

**GRAPHISME  
ET COMMUNICATION**  
est enregistré au Datadock

(Décret qualité no 2015-790  
du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002  
Code CPF 16251

### 3 JOURS

#### PRÉREQUIS

Bonnes connaissances d'InDesign, ou avoir suivi la formation InDesign niveau 1.

#### PUBLIC

Maquettiste, graphiste, opérateur(trice) PAO, directeurs artistiques...



#### POINTS FORTS

Apprentissage pas à pas adapté à vos besoins.  
Formateur expérimenté spécialiste du monde de l'édition.  
Nombreux cas concrets, exemples variés...

**GRAPHISME ET COMMUNICATION**  
est enregistré au Datadock

(Décret qualité no 2015-790 du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002  
Code CPF 16251

#### PRÉSENTATION

- Description de la norme ePub 3.
- Gestion du format de document.
- Analyser les possibilités de diffusion.

#### GESTION DU TEXTE

- Utiliser les styles de paragraphes et de caractères.
- Détailler les Options d'exportation du balisage.
- Créer un sommaire interactif.
- Créer des hyperliens, signets, références croisés.

#### GESTION DES IMAGES ET DES MÉDIAS

- Analyser les dimensions, résolutions et modes colorimétriques.
- Créer la couverture.
- Jouer un son, une vidéo.
- Importer une animation HTML5.

#### GESTION DES BOUTONS

- Créer des boutons et appliquer des actions.
- Gérer l'aspect des éléments interactifs.

#### GESTION DES ANIMATIONS

- Appliquer et modifier des paramètres prédéfinis.
- Minuter et synchroniser les objets.
- Créer une trajectoire d'animation.
- Détailler les options.

#### EXPORTER

- Analyser les options d'exportation.
- Afficher un ePub à mise en page fixe sur un ordinateur ou un appareil mobile.



#### OBJECTIFS

« Cette formation permet de créer des ePub 3 avec InDesign, gérer le texte, les médias, les boutons ou animations, finaliser son projet jusqu'à l'export de l'ePub. »

# AFFINITY DESIGNER

OUTIL DE CONCEPTION UI ET UX

# 36

Affinity Designer est un logiciel de graphisme professionnel et complet. Il dispose de tous les outils nécessaires pour la production d'UI de bout en bout, du concept initial et de la création du contenu jusqu'au rendu final prêt à l'emploi.

## PRÉSENTATION

- Ergonomie d'Affinity Designer.
- Notions d'images vectorielles et bitmap.
- Paramétrer les Préférences, organiser les outils et les palettes.
- Fonctions de l'interface (zooms, règles, magnétisme).
- Les formats d'enregistrement et d'exportation.

## CONFIGURER UN DOCUMENT

- Les calques, utilisation et organisation.
- Superposition des tracés au sein d'un calque.
- Les différents types de calques : d'objet, de réglage, pixellisés.

## GESTION DES OBJETS

- Les formes de base : rectangles, rectangles arrondis, étoiles.
- L'outil Plume en traçant des courbes de Bézier et des courbes intelligentes.
- Dessiner à main levée avec l'outil Crayon et l'outil Pinceau.
- Déplacer, dupliquer, aligner, redimensionner des objets.
- Créer des combinaisons de formes, transformer des tracés.
- Combiner des objets imbriqués (masques d'écrêtage).
- Mélanger des éléments bitmap et des formes vectorielles.
- Les Symboles.
- Les outils bitmap.

## LA COULEUR

- RVB pour le Web et CMJN pour l'impression.
- Créer des dégradés de couleurs linéaires, radiaux, coniques.
- Appliquer de la transparence, du flou, des ombres portées, un effet relief...

## LE TEXTE

- Choisir le texte libre ou des zones de texte.
- La typographie et les formats de paragraphe.

## CRÉER DES MAQUETTES RESPONSIVES

- Si votre maquette est destinée à différents périphériques, vous pouvez immédiatement observer les différences entre les versions.
- La fonction Contraintes qui propose un contrôle de la position ou de la taille d'un objet par rapport à son conteneur. Cela permet de créer des éléments réutilisables qui se comportent de façon adaptative par rapport à leur contexte.

## OBJECTIFS

« Apprendre à utiliser Affinity Designer logiciel de conception de vecteurs rapide, fluide et précis. Que vous travailliez sur des matériaux de marketing, des sites Web, des icônes ou des conceptions d'interface utilisateur. »

## 4 JOURS

### PRÉREQUIS

Bonne connaissance de l'outil informatique.

Des notions sur Illustrator et/ ou Photoshop seraient un plus.

### PUBLIC

Maquettiste, graphiste, illustrateurs, directeurs artistiques...

Toute personne concernée par le design UX UI.



### POINTS FORTS

Apprentissage pas à pas adapté à vos besoins.

Formateur expérimenté.

Nombreux cas concrets, exemples variés...

**GRAPHISME ET COMMUNICATION** est enregistré au Datadock (Décret qualité no 2015-790 du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002

Code CPF 16251

# AFFINITY PHOTO

LOGICIEL PROFESSIONNEL  
DE RETOUCHE PHOTO

## 3 JOURS

### PRÉREQUIS

Bonne connaissance de l'outil informatique.

Des notions sur Illustrator et/ ou Photoshop seraient un plus.

### PUBLIC

Maquettiste, graphiste, opérateur(trice) PAO, directeurs artistiques...

Photographes, photographeurs, illustrateurs...



### POINTS FORTS

Apprentissage pas à pas adapté à vos besoins.

Formateur expérimenté. Nombreux cas concrets, exemples variés...

**GRAPHISME  
ET COMMUNICATION**  
est enregistré au Datadock

(Décret qualité no 2015-790  
du 30 juin 2015)

et sur **Défi Métiers**

Code RNCP 13002  
Code CPF 16251

### COMPATIBILITÉS

- Modification complète des fichiers Raw.
- Compatibilité avec le format PSD, et tous les formats courants, notamment PNG, JPG, TIFF, EPS, PDF et SVG.
- RVB, CMJN, LAB, niveaux de gris. Flux de travail CMJN de bout en bout avec la gestion des couleurs ICC.

### ERGONOMIE DU LOGICIEL AFFINITY PHOTO

- Interface et navigation.
- Paramétrage des Préférences pour une utilisation optimum.

### LES ASPECTS TECHNIQUES D'UNE IMAGE

- Les modes RVB et CMJN.
- Choisir la bonne résolution pour avoir une image bien imprimée.
- Redimensionner une image, modifier la taille du canevas.

### RETOUCHER, SÉLECTIONNER ET DÉTOURER

- Les outils de sélection, les options de sélection.
- Régler la palette Affinage de sélection.
- Recadrer et redresser une image.
- Compléter les parties vides d'une photo.
- Utiliser les outils Tampon et Suppression des défauts.

### RÉGLER LA CHROMIE D'UNE IMAGE

- Diagnostiquer la qualité d'une image : contraste, exposition, gradation, dominante.
- Choisir le réglage adapté pour corriger l'image : niveaux, courbes, teinte, saturation, balance des blancs.
- Cibler une correction sur une partie de l'image grâce aux masques de calques.

### CRÉER UN MONTAGE MÊLANT PHOTOS ET TEXTE

- Les calques, création et modification d'un document contenant plusieurs calques.
- Les masques de calques pour mélanger deux images.
- Les fonctions Liquify Persona et Develop Persona.
- Utiliser des Filtres et appliquer des Filtres en direct.
- Incruster une image dans du texte, ajouter des effets créatifs (relief, ombre portée...).

### FINALISER LE TRAITEMENT D'UNE IMAGE ET L'ENREGISTRER

- Améliorer la netteté d'une image avec le filtre Masque flou.
- Identifier le bon format d'enregistrement pour l'usage voulu : Web, impression.

### OBJECTIFS

« Prendre en main Affinity Photo. Comprendre les aspects techniques d'une image. Retoucher, sélectionner et détourer. Régler la chromie d'une image, créer un montage mêlant photos et texte. Finaliser le traitement et l'enregistrer. »

### DÉFINITION DU NUMÉRIQUE ?

- Internet, le Web, l'hypertexte et le RichMedia. Les notions d'interaction et d'interface. Différencier les notions d'accessibilité, ergonomie, UI design et UX design.
- Différencier Web 2.0, Web participatif, Web collaboratif et Web social, les notions de Web squared, d'Internet des objets.
- Envisager la création numérique en tant que dispositif média global et connecté.

### LE PROCESSUS DE CRÉATION NUMÉRIQUE

- Les étapes de conception d'un dispositif numérique.
- La communication de marque ou produit. Atouts de la création Rich Media. Création de dispositifs crossmedia et transmedia.

### LE WEB ET LA CRÉATION RICHMEDIA

- Les technologies Flash et HTML 5.
- La notion d'API et le fonctionnement de l'Open Data.
- Identifier les possibilités créatives de HTML5, CSS3, Java Script, Webkit.

### CONCEVOIR LES PRINCIPAUX ÉLÉMENTS EXPÉRIENTIELS (UX) LIÉS AU PROJET UI

- Design. Contraintes liées aux différents devices (smartphones, tablettes, PC).
- Règles fondamentales de design visuel sur écran (pixel, définition, dimensionnement et adaptativité).

### LA CRÉATION MOBILE

- Les enjeux d'une présence mobile. Différencier une application native, d'un site Web mobile et d'une Web app.
- Mécaniques d'utilisation des différents capteurs et sources de données. Mécaniques de géolocalisation et de réalité augmentée..

### LE WEB SOCIAL

- Le rôle du consomm'acteur dans une stratégie de communication blogosphère. Les différents types de media sociaux et leurs mécaniques communautaires.
- Les mécanismes de la propagation virale de l'information et du partage de contenu. Les mécaniques du référencement SEO, SEA, SMO (SEM). La notion de Longue Traîne.
- Structure des APIs Facebook, GoogleMap et envisager leurs applications créatives.

### L'INTERNET DES OBJETS

- Interaction entre le numérique et l'environnement. Notion d'objet ou de mobilier connecté intelligent.
- QR Code et NFC/RFID.

### OBJECTIFS

« Cette formation vous permet d'identifier les enjeux stratégiques et créatifs du numérique. Appliquer les concepts créatifs propres au Web, au mobile, au social media et à l'Internet des objets. Utiliser des méthodes de conception centrée utilisateur. »

### 3 JOURS

#### PRÉREQUIS

Avoir de bonnes connaissances en création publicitaire ou communication média.

#### PUBLIC

Directeurs artistiques, directeurs de création, concepteurs-rédacteurs, créatifs ou toute personne souhaitant comprendre les enjeux actuels de la créativité numérique.



#### POINTS FORTS

- Formateur expert en design d'interaction, spécialiste des nouvelles tendances médias.

La formation est constituée d'apports théoriques, de démonstrations et de réflexions.

#### GRAPHISME ET COMMUNICATION est enregistré au Datadock

(Décret qualité no 2015-790  
du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002  
Code CPF 16251

### 3 JOURS

#### PRÉREQUIS

Avoir une bonne connaissance en design d'interface.

#### PUBLIC

Chef de projet numérique, ergonomes IHM, designer d'interaction, webdesigner ou créatif (CR, DA, DC).



#### POINTS FORTS

La formation est constituée d'apports théoriques & d'ateliers pratiques.

Nombreux cas concrets, exemples variés...

Formateur expert design d'interaction & UX Design.

#### GRAPHISME ET COMMUNICATION

est enregistré au Datadock

(Décret qualité no 2015-790 du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002

Code CPF 16251

#### QU'EST-CE QUE L'UX DESIGN ?

- Définition de l'UX design. UX design et conception centrée utilisateur (ISO 9241-210). Méthode du Design Thinking.
- Notion de Point noir. Processus & le mode itératif de l'UX design. L'UX design dans une démarche qualité.

#### L'UX & LA STRATÉGIE DU PROJET

- Quelle est l'expérience utilisateur dans la qualification d'un brief client. Impact stratégique de l'UX design dans la conception d'un produit numérique.
- Espace fonctionnel d'un produit numérique. Étapes essentielles d'une expérience utilisateur.
- Prioriser et estimer les étapes de mise en œuvre de l'UX design dans un projet.

#### IDENTIFIER LES UTILISATEURS

- Processus psychologique d'une expérience utilisateur. Processus de mémorisation d'un utilisateur.
- Identifier l'environnement utilisateur. Méthode des personas. Structure d'une fiche de persona.

#### CRÉER UNE EXPÉRIENCE UTILISATEUR

- Enjeux du processus d'idéation en UX design.
- Principaux modes d'idéation (six-to-one, workshop, tri des cartes, focus groupe, etc.). Niveaux d'expérience utilisateur.
- Niveaux de dialogue interface & utilisateur.

#### SCÉNARISER UNE EXPÉRIENCE UTILISATEUR

- Méthodes de création d'histoire d'utilisateur (user story). Principaux modes de storyboarding. Les points noirs.
- Enjeux de l'expérience mobile (smartphone, tablettes).

#### CONCEVOIR LE MODÈLE D'UNE EXPÉRIENCE UTILISATEUR

- Utilisation de diagrammes d'alignement. Enjeux d'expérience globale (environnement connecté, magasin, TV, affichage...).
- Structure d'un diagramme d'alignement.

#### MODÈLES D'INTERFACE D'UNE EXPÉRIENCE UTILISATEUR

- Conception d'interface en UX design. Modes de découpage en pages d'une histoire d'utilisateur.
- Identifier les enjeux & décrire l'utilisation de wireframe.
- Principes du design émotionnel.
- Enjeux du modèle d'interface mobile & tactile.

#### OBJECTIFS

« Identifier les enjeux du design d'expérience utilisateur. Décrire les méthodes de l'UX Design. Appliquer l'UX Design à la conception d'interfaces. Adopter des démarches de conception itératives. Améliorer la qualité de ses interfaces. »

# PUBLICATION NUMÉRIQUE

## **CIF : Le congé individuel de formation**

Le CIF est pris en charge par l'Opacif (soit un OPCA de branche, soit un Fongecif) pour le salarié qui en fait la demande. Celui-ci bénéficie d'un maintien total ou partiel de sa rémunération et une prise en charge des frais de la formation. En cas de non prise en charge de l'organisme financeur, le salarié peut porter la demande auprès de l'entreprise pour obtenir un financement.

## **La demande de congé**

Le salarié doit adresser une demande écrite d'autorisation d'absence à son employeur. Pour un congé continu de plus de 6 mois et plus, la demande doit être formulée au plus tard 120 jours à l'avance. Sur la demande doivent figurer la date de début de la formation, sa désignation, sa durée et le nom de l'organisme de formation. L'employeur dispose d'un délai de 30 jours, après réception de la demande, pour y répondre. L'absence de réponse vaut acceptation de la demande. L'employeur ne peut refuser une demande de CIF si le salarié remplit les conditions pour en bénéficier. Toutefois, l'employeur peut reporter le congé s'il estime que l'absence du salarié est préjudiciable à l'entreprise.

## **La validation des acquis de l'expérience**

Toute personne, qui justifie d'au moins 1 an d'expérience en rapport direct avec la certification visée, peut prétendre à la VAE. Cette certification qui peut être un diplôme, un titre ou un certificat de qualification professionnelle doit être inscrite au Répertoire national des certifications professionnelles (RNCP).



## 987 HEURES

### PRÉREQUIS

Être à l'aise avec l'ordinateur.

### PUBLIC

Toute personne motivée par une reconversion ou évolution professionnelle vers les métiers du graphisme.

Un enseignement qui s'articule autour de projets de communication permettant à chacun d'acquérir la méthodologie, le book et l'autonomie nécessaire pour une entrée dans la vie professionnelle.

**Le titre de Maquettiste-Infographiste (homologué niveau III (Fr) niveau 5 (Eu), permet à ceux qui le désirent de continuer leur formation sur des masters en direction artistique et communication visuelle.**

À partir de cas concrets les productions graphiques s'intégreront dans diverses mises en page et réalisations de prototypes (livres, carnets, packaging, dépliants, sites...).

### COULEUR

- Étude du phénomène de la couleur.
- Le cercle chromatique, les modes colorimétriques, complémentaires, couleurs dominantes.
- Couleur et peinture, couleur et informatique.

### COMMUNICATION GRAPHIQUE, CRÉATIVITÉ

- Structure et fonctionnement de la perception.
- Analyse et sémiologie de l'image.
- Choix et symbolique typographique.

### HISTOIRE DE L'ART

#### TRAITEMENT DES IMAGES ET MISE EN PAGE

- Apprentissage des différents logiciels de graphisme.
- Traitement de l'image : chromie, retouche, photomontage, taille et résolution, création de visuels... avec Photoshop.
- Création de logos, pictos, infographies, cartes, illustrations, formes de découpe et de pliage... avec Illustrator.
- Conception et réalisation de mises en page de différents documents, affiches, flyers, dépliants, magazine... avec InDesign.

#### GÉNÉRATION DES PDF

- Les différents PDF, pour le web, l'impression et interactifs.

#### INITIATION À LA CRÉATION DE SITES INTERNET

- Cahier des charges, benchmark...
- Apprentissage des bases des logiciels dédiés (CMS, HTML...).



### POINTS FORTS

Un book et un site de travaux personnels, sont constitués tout au long de cette année. Un enseignement professionnel basé sur des projets précis et concrets. De la PAO à l'édition numérique, web et multimédia ainsi que la méthodologie et la réflexion sont abordés d'une manière pratique et rigoureuse afin de répondre aux contraintes artistiques et techniques du métier.

**GRAPHISME  
ET COMMUNICATION**  
est enregistré au Datadock

(Décret qualité no 2015-790  
du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002  
Code CPF 16251

# MAQUETTISTE INFOGRAPHISTE

## MULTIMÉDIA

# 41

**Le titre de Maquettiste-Infographiste (homologué niveau III (Fr) niveau 5 (Eu)), permet à ceux qui le désirent de continuer leur formation sur des masters en direction artistique et communication visuelle.**

À partir de cas concrets les productions graphiques des étudiants s'intégreront dans diverses mises en situation de supports de communication (sites internet, CMS, projets de communication globale...).

### CRÉATION GRAPHIQUE DE SITES

- Réalisation d'une charte graphique.
- Benchmark, cahier des charges...

### LES DIFFÉRENTS OUTILS

- Photoshop et Illustrator pour le web.
- InDesign numérique.
- Dreamweaver, Flash, After Effects...
- Les CMS (Wordpress, Joomla...), Adobe Première...
- HTML 5, CSS 3.

### STRATÉGIES CROSS MEDIA

- Le marketing relationnel – Stratégie d'intégration des nouveaux médias.
- Rôle d'Internet dans les dispositifs cross-média.

### LA CRÉATIVITÉ SUR INTERNET ?

- De la créativité visuelle à la créativité des dispositifs.
- Créativité rich-média et 3D – Créativité des dispositifs.
- La dimension communautaire et contributive dans les stratégies de présence...

### MAINTENANCE ET DÉVELOPPEMENT

- Intégrer du PHP dans une page web – Corriger du PHP.
- Commentaires et lisibilité du code.
- Structurer son code et faciliter la maintenance corrective...

### MAQUETTE ET MISE EN PAGE

- Conception et réalisation de mises en page de différents documents, affiches, flyers, dépliants, magazines.
- Illustrations vectorielles et bitmap.
- Automatisation des fonctions répétitives.

### DU PAPIER AU NUMÉRIQUE

- Créer des magazines et des livres numériques.
- PDF interactifs.
- Enrichir un document préalablement destiné à l'impression et de l'exporter dans un format PDF interactif.

### OBJECTIFS

« Une formation qui permet d'acquérir les connaissances nécessaires pour postuler en tant que maquettiste print et/ou multimédia. »

## 987 HEURES

### PRÉREQUIS

Bonne connaissance préalable de la maquette, de la mise en page et des logiciels de PAO.

### PUBLIC

Toute personne motivée par une évolution professionnelle vers les métiers du graphisme multimédia.



### POINTS FORTS

Un book et un site de travaux personnels, sont constitués tout au long de cette année. Un enseignement professionnel basé sur des projets précis et concrets. De la PAO à l'édition numérique, web et multimédia ainsi que la méthodologie et la réflexion sont abordés d'une manière pratique et rigoureuse afin de répondre aux contraintes artistiques et techniques du métier.

**GRAPHISME  
ET COMMUNICATION  
est enregistré au Datadock**

(Décret qualité no 2015-790  
du 30 juin 2015)

**et sur Défi Métiers**

**Code RNCP 13002  
Code CPF 16251**

**PRÉREQUIS**

Une pratique professionnelle du métier de maquettiste.

**PUBLIC**

Salariés ayant au moins un an d'expérience en lien avec la certification visée.

**LA VALIDATION DES ACQUIS DE L'EXPÉRIENCE**

Accompagnement à la validation des acquis de l'expérience pour le titre de Maquettiste-infographiste inscrit au RNCP.

**LA VAE : UNE VOIE D'ACCÈS AU DIPLÔME**

Depuis le 17 janvier 2002, « toute personne engagée dans la vie professionnelle est en droit de faire valider les acquis de son expérience, notamment professionnelle, en vue de l'acquisition d'un diplôme, d'un titre à finalité professionnelle ou d'un certificat de qualification... » Article L. 900-1 du Code du travail.

**SE QUALIFIER GRÂCE À LA VAE**

Vous comptez au moins une année d'expérience professionnelle, vous pouvez faire valoir vos compétences grâce à la validation des acquis de l'expérience (VAE). Véritable coup de pouce à l'évolution professionnelle, la VAE permet de faire reconnaître les compétences acquises à travers les activités professionnelles ou bénévoles.

**Avec Graphisme et communication vous pouvez être conseillé et accompagné dans vos démarches, dans votre préparation, jusqu'à la session de validation.**

**TROIS BONNES RAISONS DE FAIRE VALIDER VOTRE EXPÉRIENCE**

- Un titre officiel est un argument déterminant sur votre CV et au moment de l'entretien d'embauche.
- C'est une chance supplémentaire pour retrouver un emploi plus adapté à vos compétences.
- C'est une ouverture vers de nouvelles fonctions ou responsabilités.

**LA VAE OUVRE L'ACCÈS AUX DIPLÔMES OU TITRES PROFESSIONNELS ET VOUS PERMET AINSI DE CONSOLIDER DURABLEMENT VOS COMPÉTENCES.**

**POINTS FORTS**

L'accompagnement de Graphisme et communication a pour objectif de vous soutenir dans la réussite de votre projet de VAE : en vous guidant pour mettre en valeur votre expérience en fonction du référentiel de certification du titre professionnel que vous visez.

**GRAPHISME ET COMMUNICATION**  
est enregistré au Datadock

(Décret qualité no 2015-790  
du 30 juin 2015)

et sur Défi Métiers

Code RNCP 13002

Code CPF 16251

# LE COMPTE PERSONNEL DE FORMATION – CPF

Le compte personnel de formation (CPF), est entré en vigueur au 1er janvier 2015. Il vous permet d'acquérir des droits à la formation professionnelle.

Ces droits sont utilisables par tout salarié, tout au long de la vie active, pour suivre une formation qualifiante. Le CPF a remplacé le droit individuel à la formation (Dif).

## Acquisition des heures

Depuis 2015, tout salarié acquiert 24 heures par an pendant 5 ans, puis 12 heures par an pendant 3 ans. L'acquisition est proportionnelle au temps de travail.

Le compte est plafonné à 150 heures.

Les anciennes heures de DIF (acquises jusqu'au 31 décembre 2014) sont encore utilisables au titre du CPF jusqu'au 31 décembre 2020.

## Votre compte CPF

La caisse des dépôts et consignations est l'organisme gestionnaire du CPF. Elle tient un portail dématérialisé sur lequel chaque salarié peut consulter son compte :

- avoir l'information que son solde d'heures de DIF au 31/12/2014 est utilisable pour le CPF,
- avoir l'information sur les formations accessibles au titre du CPF (listes nationales interprofessionnelles, de branche, régionales interprofessionnelles).

[www.moncompteformation.gouv.fr](http://www.moncompteformation.gouv.fr)

Le salarié dispose également d'un Passeport Formation sur ce site qui retrace les formations suivies et les certifications obtenues. Ce passeport n'est accessible qu'au salarié.

Depuis 2016, les entreprises doivent déclarer sur leurs DAS (Déclaration annuelle des salaires) les heures acquises par les salariés au titre du CPF. Les DAS sont automatiquement récupérées par la Caisse des dépôts et consignations pour mettre à jour les comptes des salariés. A partir de 2016, les données seront intégrées aux déclarations nominatives des salaires, mensuelles.

## Le financement de votre formation

Plusieurs dispositifs de financement existent permettant une prise en charge de tout ou partie de votre formation professionnelle. En fonction de votre situation (salarié, demandeur d'emploi...), de l'organisme sollicité et des critères appliqués au dispositif, les possibilités de financement diffèrent.

Pour tout renseignement n'hésitez pas à prendre contact avec :

Armelle Pradelle au 01 43 13 24 10

[apradelle@graphisme-et-communication.com](mailto:apradelle@graphisme-et-communication.com)









**Centre de formation professionnelle continue**  
94, bd Auguste-Blanqui – 75013 Paris  
[www.graphisme-et-communication.com](http://www.graphisme-et-communication.com)  
01 43 13 24 10