

FORMATION

CONCEPTEUR - DESIGNER UI



{ CONCEPTEUR UI (Bloc 3)

OBJECTIF

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

25 jours

**175 heures
de formation**

PROGRAMME

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

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

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

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

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

GESTION DE PROJET WEB MÉTHODES AGILES ET SCRUM

PUBLIC Webdesigners, webmasters, intégrateurs web, développeurs...

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

DURÉE 14 heures (2 jours)

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

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

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

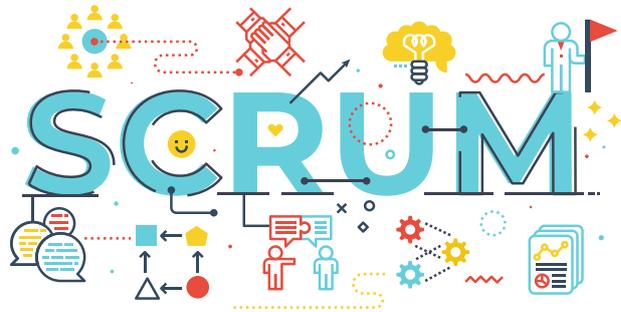
- Comprendre la portée et les enjeux
- Caractérisation des parties prenantes
- Identifier les parties prenantes et les composantes financières, organisationnelles et techniques
- Procéder à une analyse fonctionnelle des besoins (A.F.B)
- Procéder au recueil et au management des exigences
- Décrire le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

DISTINCTIONS ENTRE MÉTHODES AGILE ET SCRUM

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

LA MÉTHODE AGILE

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



LA MÉTHODE SCRUM

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

PROPRIÉTAIRE DU PRODUIT

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

MAÎTRE DE MÊLÉE

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

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

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

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec

l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

DESIGN THINKING

PUBLIC Cette formation s'adresse à tous les professionnels souhaitant développer leur capacité d'innovation : chefs de projet, designers, managers, marketeurs, entrepreneurs, directeurs artistiques, communicants etc. Aucune connaissance préalable en design n'est requise.

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

DURÉE 14 heures (2 jours)

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

Cette formation immersive vous propose de plonger au cœur du Design Thinking, une méthodologie centrée utilisateur qui révolutionne l'innovation. Vous apprendrez à adopter une approche créative et empathique pour concevoir des produits, services ou expériences utilisateur répondant aux besoins réels des individus.

LES FONDAMENTAUX DU DESIGN THINKING

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

L'EMPATHIE ET LA DÉFINITION

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

DE L'IDÉATION À LA VALIDATION

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



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

Ateliers collaboratifs : travail en équipe pour résoudre des challenges.

Retour d'expérience : témoignages de professionnels.

Cette formation vous permettra de :

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

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

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

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques** : Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec

l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation** : Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

RÉDACTION D'UN CAHIER DES CHARGES TECHNIQUE

PUBLIC Webdesigners, webmasters, intégrateurs web, développeurs...

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

DURÉE 7 heures (1 jour)

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

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



NOTION D'ANGLAIS COMMERCIAL

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

FIXATION DU CADRE GÉNÉRAL

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

MISE EN ŒUVRE D'UNE MÉTHODOLOGIE EFFICACE

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

COMPOSITION DU CAHIER DES CHARGES FONCTIONNEL

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

CONSTRUCTION DU CAHIER DES CHARGES TECHNIQUE

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

MAÎTRISE DE L'USAGE DU CAHIER DES CHARGES

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

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

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

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

ÉTUDE DE LA CONCURRENCE DE MARQUES DIGITALES ET WEB

PUBLIC Professionnels du marketing digital, entrepreneurs, responsables de marques, webmasters.

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

DURÉE 07 heures (1 jour)

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

INTRODUCTION À L'ÉTUDE DE LA CONCURRENCE

- Définition et enjeux : Pourquoi et comment analyser la concurrence sur le web ?
- Typologie des concurrents : Concurrents directs, indirects et substituts dans le digital.
- Études de cas : Exemples concrets de marques qui utilisent l'analyse concurrentielle avec succès.

IDENTIFICATION DES CONCURRENTS ET POSITIONNEMENT DE LA MARQUE

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

ANALYSE DES STRATÉGIES DIGITALES DES CONCURRENTS

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

UTILISATION DES OUTILS D'ANALYSE CONCURRENTIELLE

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

ÉLABORATION D'UNE STRATÉGIE COMPÉTITIVE

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

ATELIER PRATIQUE ET CONCLUSION

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

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

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

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec

l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

HTML5 CSS3 PERFECTIONNEMENT AVEC INTRODUCTION AU NOTION DE BASE JAVASCRIPT ET PHP

PUBLIC Professionnels du marketing digital, entrepreneurs, responsables de marques, webmasters.

PRÉ-REQUIS Avoir des connaissances de base en HTML et CSS. Être à l'aise avec l'utilisation de l'ordinateur et d'un éditeur de texte.

DURÉE 35 heures (5 jours)

OBJECTIFS Maîtriser les techniques avancées de HTML5 et CSS3 pour la création de sites web modernes et interactifs. Découvrir les bases du JavaScript pour rendre les pages dynamiques. Introduire les notions de PHP pour la gestion de données côté serveur.

HTML5 AVANCÉ

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

CSS3 AVANCÉ

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

JAVASCRIPT – NOTIONS DE BASE

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

JAVASCRIPT – APPROFONDISSEMENT

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

INTRODUCTION AU PHP

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

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

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

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec

l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

HTML5 ET CSS3 DE DÉBUTANT À EXPERT

Que vous vouliez créer un site web, ou utiliser un CMS comme WordPress ou développer des applications web, vous aurez besoin obligatoirement de passer par ces langages !

Vous apprendrez les bases de ces langages, puis les fonctionnalités avancées, enfin, nous réaliserons un site internet de présentation et nous le publierons en ligne chez un hébergeur gratuit afin de partager votre profil au plus grand nombre sur la toile.

Objectifs pédagogiques

- Utiliser un éditeur de code et créer une page internet
- Apprendre à utiliser et styliser les éléments HTML
- Utiliser les sélecteurs avancés et les grilles en CSS
- Apprendre les boîtes flexibles (flexbox)
- Les pseudo-classes et les pseudo-éléments
- Réaliser des transitions et les animations CSS



Niveau Initiation



Tous publics



14h environ



Aucun prérequis



Sans audio description
ni sous-titrage

Matériel nécessaire

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

Modalités d'évaluation des acquis

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

Moyens pédagogiques et techniques

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



FORMATEUR(ICE) :

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



ACCESSIBILITE

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

PROGRAMME

1. Introduction
2. Découverte du Html
3. Apprendre le HTML
4. Les bases du CSS
5. Mise en forme de texte en CSS
6. Concept de boîte CSS
7. CSS utilisation avancée
8. La propriété Background en Css
9. Modèle de boîte flexible (flexbox Css)
10. Les médias queries (responsive design)
11. CSS Grid layout (modèle de disposition en grille)
12. Réalisation d'un site internet personnel de présentation
13. Héberger votre site web

JAVASCRIPT - LES FONDAMENTAUX

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

Objectifs pédagogiques

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



Niveau Initiation



Tous publics



7h environ



Aucun prérequis



Sans audio description
ni sous-titrage

Matériel nécessaire

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

Modalités d'évaluation des acquis

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

Moyens pédagogiques et techniques

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



FORMATEUR(ICE) :

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



ACCESSIBILITE

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

PROGRAMME

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

WORDPRESS AVANCÉ

PUBLIC Développeurs web, Créateurs de contenu, Professionnels du marketing digital, Webdesigner UI/UX

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

DURÉE 35 heures (5 jours)

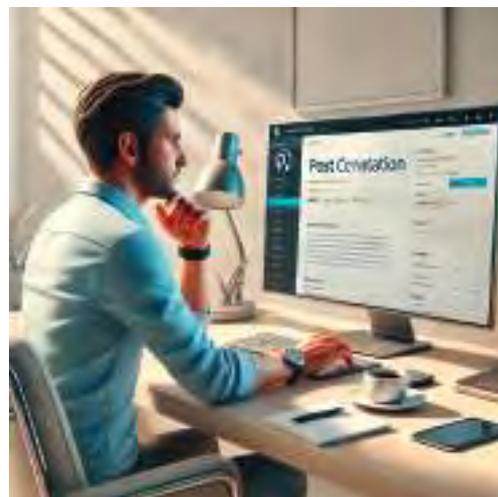
OBJECTIFS Maîtriser l'architecture profonde de WordPress, apprenez à interagir avec la base de données de WordPress pour des requêtes personnalisées. Créez des structures de contenu sur mesure pour répondre à vos besoins spécifiques. Maîtrisez la création de templates personnalisés et l'intégration de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

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

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

LES FONDAMENTAUX DE WORDPRESS

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



TYPES DE CONTENU PERSONNALISÉS (CPT) ET CHAMPS PERSONNALISÉS

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

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

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

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec

l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

TEMPLATING ET THÈME BUILDER

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

FORMULAIRES ET GESTION DES DONNÉES

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

OPTIMISATION, SÉCURITÉ ET MISE EN PRODUCTION

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

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

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

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

L'ESSENTIEL DE WORDPRESS 5

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

Objectifs pédagogiques

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



Niveau Initiation



Tous publics



10h environ



Aucun prérequis



Sans audio description
ni sous-titrage

Matériel nécessaire

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

Modalités d'évaluation des acquis

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

Moyens pédagogiques et techniques

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



FORMATEUR(ICE) :

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



ACCESSIBILITE

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

PROGRAMME

1. Acheter son nom de domaine
2. L'interface de Wordpress
3. Quiz - Interface
4. Apparence | La gestion du thème
5. Quiz - Gestion de thème
6. Créer des pages avec Gutenberg
7. Quiz - Gutenberg
8. Atelier - Créer une page avec Gutenberg
9. Créer des pages
10. Ajouter des pages avec Elementor
11. QUIZ - Elementor
12. Les articles
13. Avançons ensemble
14. Les extensions / Plugins

WORDPRESS ET LE PLUG-IN WOOCOMMERCE

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

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

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

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

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

- Installer WooCommerce
- Installer un thème WooCommerce
- Intégrer les exemples de produits

PARAMÉTRER SA BOUTIQUE

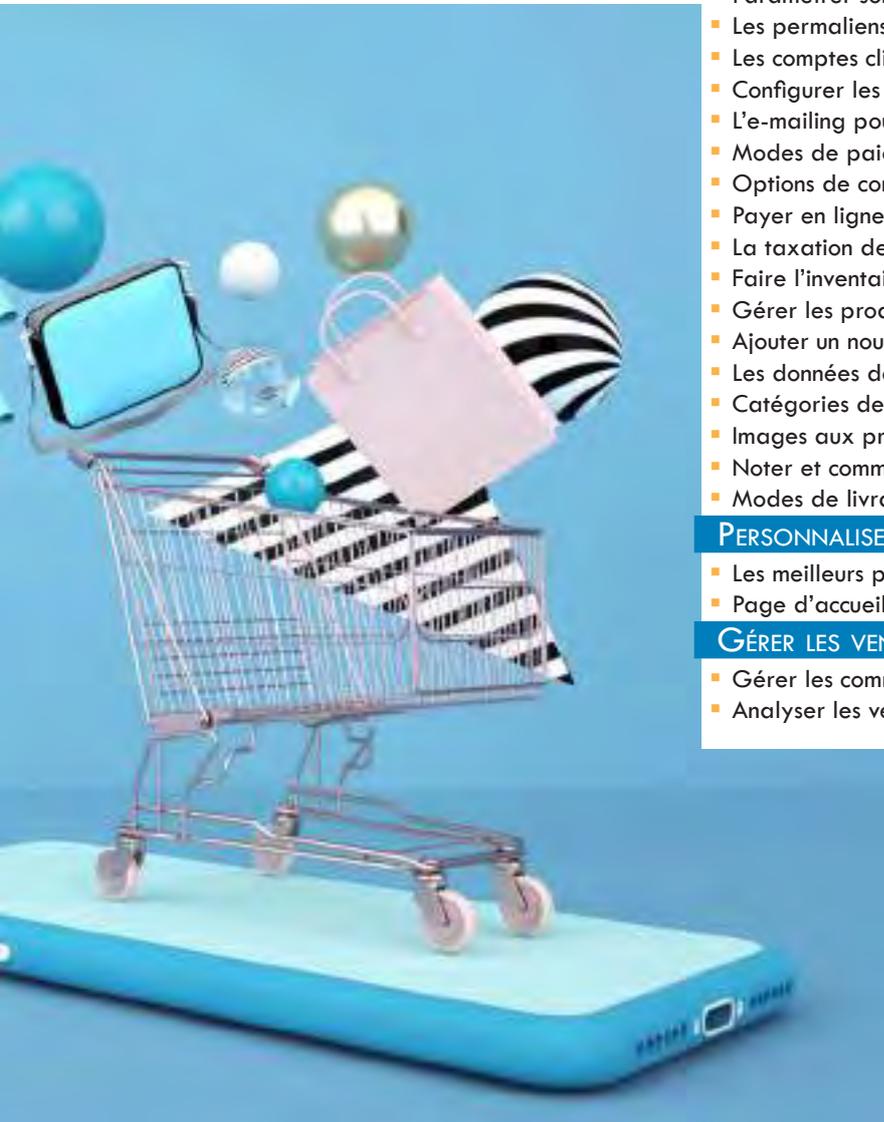
- Paramétrage général
- Paramétrer son catalogue en ligne
- Les permaliens
- Les comptes client
- Configurer les e-mails de sa boutique en ligne
- L'e-mailing pour votre e-commerce
- Modes de paiements
- Options de commande
- Payer en ligne par carte de crédit
- La taxation de sa boutique
- Faire l'inventaire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

PERSONNALISER SA BOUTIQUE

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

GÉRER LES VENTES

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



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

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

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec

l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

WOOCOMMERCE

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

Objectifs pédagogiques

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



Niveau Initiation



Tous publics



10h environ



Aucun prérequis



Sans audio description
ni sous-titrage

Matériel nécessaire

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

Modalités d'évaluation des acquis

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

Moyens pédagogiques et techniques

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



FORMATEUR(ICE) :

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



ACCESSIBILITE

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

PROGRAMME

1. Introduction
2. Installation et réglages
3. Créer des produits
4. Modifier l'apparence
5. Créer des pages

LE STORY TELLING

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

Objectifs pédagogiques

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



Niveau Initiation



Tous publics



50 min environ



Aucun prérequis



Sans audio description
ni sous-titrage

Matériel nécessaire

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

Modalités d'évaluation des acquis

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

Moyens pédagogiques et techniques

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



FORMATEUR(ICE) :

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



ACCESSIBILITE

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

PROGRAMME

1. Aperçu du cours
2. Boîte à outils du marketing narratif
3. Notions essentielles sur la narration
4. Communiquer avec les clients
5. Peaufiner votre marque
6. Bâtir votre histoire
7. Peaufiner votre histoire

MARKETING DIGITAL ORIENTÉ EXPÉRIENCE UTILISATEUR

PUBLIC Professionnels du marketing, entrepreneurs et responsables de communication souhaitant optimiser l'expérience utilisateur et personnaliser leurs stratégies digitales pour mieux engager leur audience.

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

DURÉE 14 heures (2 jours)

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

LES FONDAMENTAUX DE L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR (UX)

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

ADAPTER LES PERSONAS BUYER AUX CANAUX DE COMMUNICATION

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

SPÉCIFICITÉS DES DIFFÉRENTS CANAUX MARKETING UX

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

LE PARCOURS CLIENT : CONCEPTION ET OPTIMISATION

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



MESURER ET AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR

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

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

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

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques** : Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec

l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation** : Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

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

PUBLIC Designers, développeurs, chefs de projets digitaux, responsables marketing digital, et toute personne impliquée dans la conception d'interfaces digitales.

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

DURÉE 21 heures (3 jours)

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

INTRODUCTION ET RECHERCHE UTILISATEUR

Introduction à l'UX/UI et méthodologie de projet

- Définition et importance de l'UX et de l'UI : Comprendre les différences et complémentarités.
- Présentation des étapes clés d'un projet UX/UI : Du concept à la réalisation.
- Cas pratiques d'applications réussies d'UX/UI.

Comprendre les besoins des utilisateurs

- Recherche utilisateur : Pourquoi et comment recueillir des informations sur les utilisateurs ?
- Méthodes de recherche : Interviews, sondages, focus groups, analyse des données utilisateur.
- Personas et parcours utilisateurs : Création de profils types pour mieux comprendre les besoins.
- Atelier pratique : Élaboration de personas et définition de parcours utilisateurs pour un projet donné.

Définition des objectifs du projet et des exigences fonctionnelles

- Définir les objectifs du produit : Comment concilier les besoins utilisateurs avec les objectifs business.
- Storyboards et scénarios d'utilisation : Visualisation des étapes d'interaction utilisateur.
- Atelier pratique : Rédaction de scénarios d'utilisation et création de storyboards.

CONCEPTION ET PROTOTYPAGE

EConception UX : Architecture de l'information et wireframes

- Architecture de l'information : Structurer le contenu pour une navigation intuitive.
- Wireframing : Création de wireframes basse fidélité pour organiser les éléments clés de l'interface.
- Atelier pratique : Conception de wireframes d'un projet réel (avec Figma, Sketch ou Adobe XD).

Prototypage et test utilisateur

- Prototypage rapide : Utiliser des outils comme Figma ou Adobe XD pour créer des prototypes interactifs.
- Importance des tests utilisateurs : Comment réaliser des tests pour valider les hypothèses de conception.
- Méthodes de tests utilisateurs : Tests modérés, A/B testing, feedback en direct.
- Atelier pratique : Création d'un prototype interactif et préparation des tests utilisateurs.

DESIGN UI ET FINALISATION DU PROJET

Conception UI : Principes et bonnes pratiques

- Principes fondamentaux du design UI : Couleurs, typographie, espaces, et contrastes.
- Systèmes de design : Harmoniser les composants visuels pour une interface cohérente (Design Systems).
- Accessibilité numérique : Concevoir des interfaces accessibles à tous.
- Atelier pratique : Appliquer les principes de design UI à une interface existante.

Itération et finalisation du projet

- Retours sur les tests utilisateurs : Comment intégrer les feedbacks pour améliorer l'interface.
- Affiner l'interface : Apporter des modifications finales en fonction des résultats des tests.
- Livraison et documentation : Présentation du produit final aux parties prenantes, documentation des choix UX/UI.
- Atelier pratique : Finalisation et présentation du projet UX/UI avec retours en groupe.

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

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

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

CERTIFICATION - EXPLICATION

CONCEPTEUR DESIGNER UI



mandyben

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

TITRE PROFESSIONNEL CONCEPTEUR DESIGNER UI - CDUI

PUBLIC Graphiste, webdesigners, webmaster, développeur, community manager, chef de projet...

PRÉ-REQUIS Avoir suivi la formation CONCEPTEUR DESIGNER UI une formation équivalente, ou attester de son niveau

DURÉE 14 heures (2 jours)

OBJECTIFS Validation des compétences des 3 CCP du Titre professionnel Niveau 6 Bac+3/4 technique métier

LA CERTIFICATION

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

PREPARATION DE LA CERTIFICATION

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

DEROULE DE LA CERTIFICATION

- **Pour la certification complète du Titre professionnel 1h40**
- **1 – Présentation du projet 1h10**
 - La présentation comporte trois parties :
 - 30 minutes, présentation de son projet de site internet, le public cible et ses choix techniques et graphiques cohérents avec le public cible.
 - 20 minutes, présentation de l'animation vidéo et d'un support de communication imprimé.
 - (L'animation elle-même est d'une durée comprise entre 1 min et 1 min 30s).
 - 20 minutes, le jury interroge le candidat au sujet de son projet.
- **2 – L'Entretien technique de 0h15**
 - Le jury interroge le candidat sur les aspects qui n'ont pas été évalués lors de la présentation du projet.
- **4 – L'Entretien final de 0h15**
 - Le jury échangera avec vous sur votre positionnement professionnel



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

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

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec

l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

PREPARATION A LA CERTIFICATION - SUITE

PREPARATION POUR LE CCP

- **Pour ceux qui présentent le CCP : Concevoir les éléments graphiques d'une interface et de supports de communication**
- Le DP Dossier Professionnel, document à remplir retraçant techniquement vos expériences de réalisation
- Un dossier de projet qui doit comporter :
 - Pour la maquette de site internet
 - Un résumé du projet d'environ 1200 caractères espaces non compris.
 - Les objectifs du projet.
 - Le parcours de navigation de l'utilisateur.
 - La planche de tendances définissant l'ambiance graphique du site.
 - Les illustrations vectorielles réalisées pour le projet (logos, icônes, éléments d'interface).
 - Les images traitées et utilisées pour le projet (retouches, corrections colorimétriques, photomontages).
 - Une maquette dynamique du site (page d'accueil, page statique type, page d'article type, page contact) responsive.
 - Pour l'animation
 - Le storyboard de l'animation.
 - Pour le ou les supports de communication imprimés
 - Les fichiers sources des imprimés.
 - Les fichiers destinés à l'impression (avec fonds perdus et traits de coupe).
- **Contenu de la présentation d'un projet réalisé en amont de la session**
- Support de présentation réalisé en amont de la session d'examen et selon ce canevas :
- Présentation :
 - de l'entreprise et/ou du service et contexte du projet
 - des maquettes les plus significatives du site internet
 - synthèse et conclusion (satisfactions et difficultés rencontrées).

PREPARATION POUR LE CCP

- **Pour ceux qui présentent le CCP : Contribuer à la gestion et au suivi d'un projet de communication numérique**
- Le DP Dossier Professionnel, document à remplir retraçant techniquement vos expériences de réalisation
- Un dossier de projet qui doit comporter :
 - Un résumé du projet d'environ 1200 caractères espaces non compris.
 - Le cahier des charges fixant les limites du projet.
 - Les objectifs du projet.
 - La fiche d'identification du public cible, du ton et de l'axe de communication (fiche persona).
 - Le nom de domaine proposé et l'explication de ce choix.
 - Le calendrier éditorial reprenant les publications prévues sur les réseaux sociaux
 - L'étude de cas d'un site concurrent à celui créé.
 - Le rapport SEO du site.
- Contenu de la présentation d'un projet réalisé en amont de la session
- Support de présentation réalisé en amont de la session d'examen et selon ce canevas :
- Présentation
 - de l'entreprise et/ou du service et contexte du projet
 - de la stratégie de webmarketing préparée ou mise en œuvre pour faire connaître le site
 - des optimisations apportées et des perspectives d'amélioration du site
 - synthèse et conclusion (satisfactions et difficultés rencontrées)

PREPARATION POUR LE CCP

- **Pour ceux qui présentent le CCP : Réaliser, améliorer et animer des sites web**
- Le DP Dossier Professionnel, document à remplir retraçant techniquement vos expériences de réalisation
- Un dossier de projet qui doit comporter :
 - Un résumé du projet d'environ 1200 caractères espaces non compris.
 - Le cahier des charges fixant les limites du projet.
 - La synthèse des objectifs du projet.
 - Les copies d'écran du code HTML/CSS écrit pour le projet.
 - Les copies d'écran du code PHP ou JavaScript personnalisé pour le projet.
 - Le détail des mesures mises en place pour sécuriser le site Internet.
 - Les copies d'écran de l'interface d'administration du site (tableau de bord, réglages généraux).
- Contenu de la présentation d'un projet réalisé en amont de la session
- Support de présentation réalisé en amont de la session d'examen et selon ce canevas :
- Présentation
 - de l'entreprise et/ou du service et contexte du projet
 - les fonctionnalités du site
 - des optimisations apportées et des perspectives d'amélioration du site
 - synthèse et conclusion (satisfactions et difficultés rencontrées)

DEROULE POUR LES CCP

- **Pour la certification de CCP**
- **1 – Présentation du projet 0h50**
 - La présentation comporte deux ou trois parties selon les ccp:
 - 20 à 35 minutes, présentation de son projet de site internet, le public cible et ses choix techniques et graphiques cohérents avec le public cible etc.
 - 10 à 15 minutes, le jury interroge le candidat à propos de ses présentations.

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

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

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec

l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur