

FORMATION

CONCEPTEUR - DESIGNER UI



{ COMMUNITY MANAGER (Bloc 2)

OBJECTIF

- Acquérir les connaissances nécessaires à la mise en place et au suivi d'un projet de communication digital en utilisant les différents supports, réseaux sociaux, site web... Rédiger et mettre en ligne des contenus sur le web. Commercialiser une communication multisupport.

23 jours

**161 heures
de formation**

PROGRAMME

- Gestion de projet digital - 1 jour
- L'intelligence Artificielle - 1 jour
- Les bases du Web marketing - 1 jour
- Rédiger des contenus Web (Brand Content) - 1 jour
- Les nouvelles technologies - 1 jour
- HTML5 CSS3 initiation et Bootstrap - 5 jours dont 1 jour en blended learning
- WordPress Administration - 5 jours dont 1 jour en blended learning
- Référencement naturel et payant Google Ads et Analytics - 3 jours
- Le RGPD - 1 jour
- Les réseaux sociaux (Facebook, Twitter...) - 3 jours
- La newsletter - 1 jour

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

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

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

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

GESTION DE PROJET WEB

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

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

DURÉE 14 heures (2 jours) dont 1 jour en blended learning

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

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

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

...

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

DÉFINIR LES DIRECTIONS DE SON PROJET WEB

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

RÉDIGER LE CAHIER DES CHARGES POUR « VERROUILLER » LE PROJET

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

APPELS D'OFFRES :

LANCER, SÉLECTIONNER ET VALIDER LES PRESTATAIRES

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

PILOTER LE PROJET EN ENCADRANT UNE ÉQUIPE PLURIDISCIPLINAIRE

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

IDENTIFIER LES BONS INDICATEURS DE SUIVI

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

GÉNÉRER L'AUDIENCE DE SON SITE

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

OPTIMISER L'ACTIVITÉ ON-LINE

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

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

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

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

INITIATION À L'UTILISATION DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

PUBLIC Professionnels des domaines métiers, responsables et décideurs, startups, passionnés de technologie

PRÉ-REQUIS Bonne connaissance de l'environnement informatique

DURÉE 07 heures (1 jour)

OBJECTIFS Comprendre et utiliser l'intelligence artificielle

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

INTRODUCTION À L'IA ET À SES APPLICATIONS

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

LE CHATBOT

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

L'ART DU PROMPT

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

FONCTIONNALITÉS AVANCÉES CHAT GPT 4 (ACCÈS) - ANALYSE

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

LES GPTS

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



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

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

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

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

INITIATION À L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

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

Objectifs pédagogiques

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



Niveau Initiation



Tous publics



25 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

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

MAÎTRISEZ LES FONDATIONS DE GPT

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

Objectifs pédagogiques

- Acquérir une compréhension des concepts de base de l'IA et des algorithmes.
- Maîtriser les méthodes et étapes clés de formation d'un modèle d'apprentissage automatique.
- Explorer les réseaux de neurones et les architectures d'apprentissage profond.
- Comprendre les fonctionnements des modèles de langage tels que GPT et BERT.
- Maîtriser les fonctionnalités avancées de ChatGPT



Niveau Initiation



Tous publics



3h15 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

Immersion Générale dans l'Intelligence Artificielle (Module 1)

Plongée Dans l'Apprentissage Automatique (Module 1)

Les Méthodes d'Apprentissage Démystifiées (Module 1)

L'Ascension de l'Apprentissage Profond (Module 1)

Voyage au Coeur des Modèles de Langage (Module 1)

Introduction générale à ChatGPT (Module 2)

Débuts dans ChatGPT - Compréhension des bases (Module 2)

Utilisation des fonctionnalités avancées de ChatGPT (Module 2)

Introduction au Prompt Engineering (Module 3)

Les premières techniques de base de Prompt Engineering (Module 3)

Les techniques avancées de Prompt Engineering (Module 3)

MAÎTRISER TOUTES LES FONCTIONNALITÉS DE CHATGPT

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

Objectifs pédagogiques

Comprendre le lexique, le fonctionnement des modèles de langage, et les responsabilités éthiques de ChatGPT.

Découvrir l'interface, tester GPT 3.5 et GPT 4, et comprendre le Priming.

Explorer Web Browsing, Advanced Data Analysis, ChatGPT Vision, et plugins Dall-E.

Maîtriser le Prompt Engineering pour optimiser l'utilisation de ChatGPT.



Niveau Initiation



Tous publics



4h 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 générale à ChatGPT et informations importantes

Lexique général du module 2

Vue d'ensemble de l'IA générative Éthique, responsabilités et limitations Les cas d'usage

2 - Débuter dans ChatGPT

Compréhension des bases

Comprendre l'écosystème de ChatGPT, découvrir l'interface, effectuer les premiers essais et les customs instructions.

Présentation de l'écosystème de ChatGPT

Découvrir l'interface

Premiers essais avec GPT 3.5 et GPT 4

Initiation au Priming Appliquer le Priming à ChatGPT

Exercice - Application du Priming à ChatGPT

Utiliser les customs instructions

Exercice - Paramétrer des instructions personnalisées

3 - Utiliser les fonctionnalités avancées de ChatGPT

Maîtriser les fonctionnalités avancées de ChatGPT (ChatGPT Plus) : Web Browsing, Advanced Data Analysis, ChatGPT Vision, les GPTs, le Plugin store, Dall-E.

Utiliser le Web Browsing Exercice

Créer une Newsletter Utiliser Advanced Data Analysis

Utiliser ChatGPT Vision

Configurer un GPTs

Exercice - Construire un GPTs spécialisé dans les Newsletter

Utiliser le Plugin store

Utiliser Dall-E

4 - Introduction au Prompt Engineering

Définir et comprendre de manière générale le Prompt Engineering et son importance dans l'utilisation de ChatGPT.

Introduction au Prompt Engineering

Prélude aux techniques de Prompt Engineering Synthèse générale

ACQUÉRIR LES BASES DU WEB-MARKETING

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

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

DURÉE 7 heures (1 jour)

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

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

POURQUOI INTÉGRER INTERNET À SON ENTREPRISE ?

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

COMPRENDRE LE WEBMARKETING

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

STRATÉGIE DE RÉFÉRENCIEMENT NATUREL

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

STRATÉGIE DE LIENS SPONSORISÉS

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

STRATÉGIE POUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

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

STRATÉGIE E-COMMERCE

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

MESURER L'EFFICACITÉ DE SON SITE

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

VEILLE ET E-RÉPUTATION



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

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

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

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

BRAND CONTENT

PUBLIC Chargés de communication, Marketing managers, Community managers, Entrepreneurs, Toute personne souhaitant développer ses compétences en matière de content marketing..

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

DURÉE 7 heures (1 jour)

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

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



INTRODUCTION AU CONTENT MARKETING

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

DÉFINIR SA STRATÉGIE DE CONTENU

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

CRÉER DES CONTENUS ENGAGEANTS

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

ATELIER PRATIQUE : CRÉATION D'UN MOODBOARD

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

L'IDENTITÉ DE MARQUE

- L'importance de l'identité de marque
- Les éléments de l'identité de marque (logo, charte graphique, etc.)
- Construire une identité de marque forte et cohérente

RÉDACTION DE CONTENU POUR LE RÉFÉRENCIEMENT

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

ATELIER PRATIQUE :

RÉDACTION D'UN ARTICLE OPTIMISÉ POUR LE RÉFÉRENCIEMENT

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

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

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

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

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

LES NOUVELLES TECHNOLOGIES

- PUBLIC** Graphistes, infographistes, maquettistes, responsables de communication, chefs de studio
PRÉ-REQUIS Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows)
DURÉE 7 heures (1 jour)
OBJECTIFS S'approprier les outils collaboratifs pour travailler et échanger
FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation

S'APPROPRIER LES OUTILS COLLABORATIFS POUR TRAVAILLER ET ÉCHANGER

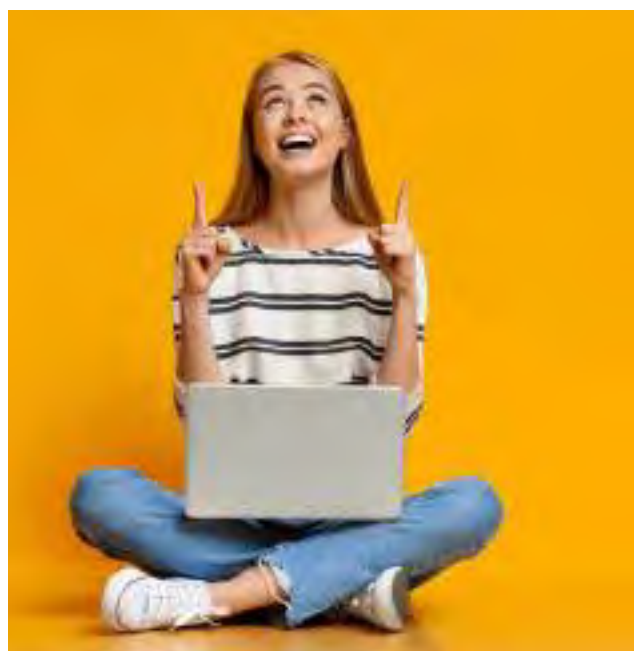
- Communiquer en entreprise
 - * les bonnes pratiques de l'échange par courriel
 - * la messagerie instantanée et asynchrone
 - * mise en place du Slack de la formation
- Partager des fichiers
 - * le FTP
 - * les outils de partage de fichiers
 - * les espaces de stockages partagés en ligne (cloud)
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

SAVOIR RECHERCHER DE L'INFORMATION AUPRÈS DE SOURCES PERTINENTES

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

CONNAÎTRE LES TYPES DE FONCTIONNALITÉS DE SITES OU D'APPLICATIONS

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



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

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

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

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

HTML5 ET CSS3 / BOOTSTRAP

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

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

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

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

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

INTRODUCTION À HTML5 ET CSS3

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

BALISES HTML5

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

LES FORMULAIRES HTML5

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

L'AUDIO ET LA VIDÉO EN HTML5

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

DESSINER AVEC HTML5

- Dessiner en JavaScript
- Contexte
- Accessibilité

LA GÉO-LOCALISATION AVEC HTML5

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

CSS3

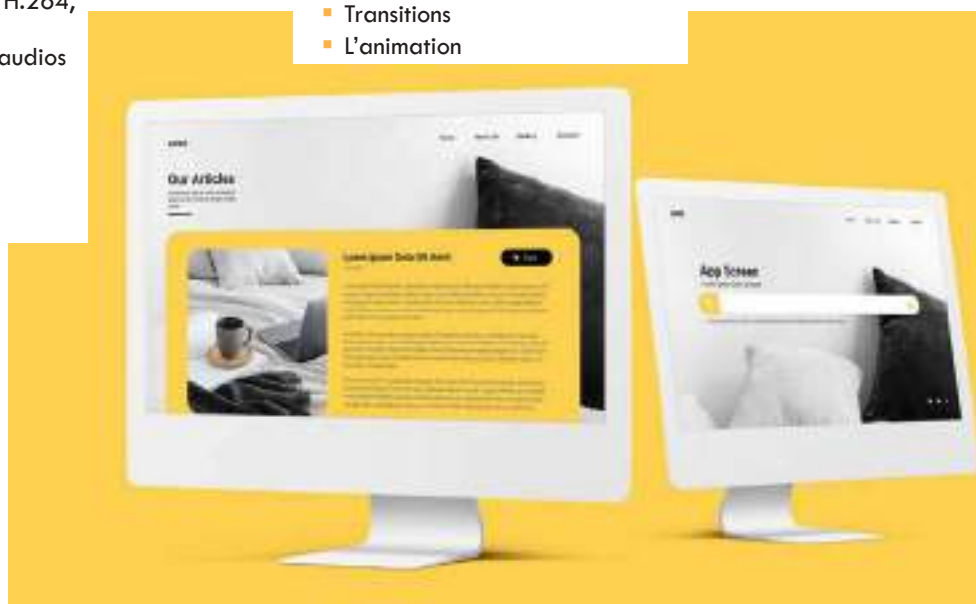
- Ce que ça change
- Coins arrondis
- Ombres portées
- Transparence
- Mise en page et positionnement
- Autres propriétés
- Gestion des éléments de formulaire via CSS : enabled, disabled, valid, required, optional
- Intégrer ses propres polices
- Mise en page multi-colonnes
- Media Queries CSS3 pour créer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

LA MISE EN PAGE ET LE POSITIONNEMENT

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

CSS3 : LES ANIMATIONS

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



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

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

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

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

HTML5 ET CSS3 / BOOTSTRAP - SUITE

VUE D'ENSEMBLE DE BOOTSTRAP

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

INCLURE BOOTSTRAP DANS UN PROJET

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

LES CLASSES CSS DE BASE AVEC BOOTSTRAP

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

LES COMPOSANTS BOOTSTRAP

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

MANIPULER BOOTSTRAP EN JAVASCRIPT VIA JQUERY

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

GRAPHISME

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



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

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

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

HTML5 ET CSS3 DE DÉBUTANT À EXPERT

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

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

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

CMS WORDPRESS ADMINISTRATEUR

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

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

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

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

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

MODULE 1 : PRÉSENTATION

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

MODULE 2 : DÉBUTER AVEC WORDPRESS

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

MODULE 3 : CRÉER L'ARCHITECTURE DU SITE

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

MODULE 4 : LE DESIGN

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

MODULE 5 : LES IMAGES POUR LE WEB

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

MODULE 6 : BONNES PRATIQUES SEO

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

MODULE 6 : ALLER PLUS LOIN AVEC WORDPRESS

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

MODULE 7 : SÉCURITÉ, SAUVEGARDE ET MIGRATION

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

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

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

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

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

L'ESSENTIEL DE WORDPRESS 5

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

RÉFÉRENCIEMENT NATUREL ET PAYANT GOOGLE ADS ET ANALYTICS

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

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

DURÉE 21 heures (3 jours)

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

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

LE RÉFÉRENCIEMENT NATUREL [S.E.O.]

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

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

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

GOOGLE ANALYTICS

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



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

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

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

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

L'ESSENTIEL DE GOOGLE ADS

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

Objectifs pédagogiques

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



Niveau Initiation



Tous publics



9h 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. Google Keywords Tools
2. Google My Business
3. Youtube Ads
4. Google Analytics
5. Google SEO
6. Google Trends

LA NORME RGPD

PUBLIC Webdesigners, concepteurs, développeurs, gestionnaires de site

PRÉ-REQUIS Aucun

DURÉE 7 heures (1 jour)

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

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

PRINCIPES GÉNÉRAUX

- Contexte
- Applicabilité
- Vocabulaire

LES PILIERS FONDATEURS

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

LES PRINCIPES DE PROTECTION DES DONNÉES

- Les 8 règles d'or

LA SÉCURITÉ ADÉQUATE

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

MISE EN APPLICATION

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



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

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

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

L'ESSENTIEL DU RGPD

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

Objectifs pédagogiques

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



Niveau Initiation



Tous publics



2h30 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. Qu'est ce que le RGPD?
2. Pourquoi le RGPD ?
3. Qui est concerné par le RGPD ?
4. Pourquoi être conforme au RGPD ?
5. Comment être conforme au RGPD ?
6. Cas pratiques

LES RÉSEAUX SOCIAUX (INSTAGRAM, FACEBOOK...)

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

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

DURÉE 21 heures (3 jours)

OBJECTIFS Savoir créer et administrer une page facebook et un compte twitter. Comprendre l'utilité des réseaux sociaux dans la politique de communication et de référencement. Seront également abordés Viadeo, link'in et les blogs

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

Journée globale Réseaux Sociaux

MARKETING ET RÉSEAUX SOCIAUX

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

TRAVAILLER SA MARQUE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

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

LE « SOCIAL SELLING »

(VENTE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX)

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

Threads

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

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

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

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

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

LES RÉSEAUX SOCIAUX (INSTAGRAM, FACEBOOK...)- SUITE

Instagram Niveau I et II

COMPRENDRE INSTAGRAM

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

MESURER ET OPTIMISER

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

FACEBOOK

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

Autres réseaux sociaux »

TIK TOK

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

LINKEDIN

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

X :

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

Pinterest

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

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

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

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

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

GESTION DES RÉSEAUX SOCIAUX DE DÉBUTANT À EXPERT 2022

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

Objectifs pédagogiques

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



Niveau Initiation



Tous publics



15h 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.Community Manager avec Facebook
- 3.Community Manager avec Instagram
- 4.COVID19 Réagir à la pandémie
- 5.Trouver des missions en freelance
- 6.Newsletter & E-mailing
- 7.Community manager avec Google Business
- 8.Community manager avec l'analyse des tendances
- 9.Community manager avec Tripadvisor
- 10.Community Manager avec le e-commerce
- 11.Community Manager avec Booking.com
- 12.Logiciels gratuits et ressources

FACEBOOK ADS : DE DÉBUTANT À EXPERT VERSION 2022

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

Objectifs pédagogiques

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



Niveau Initiation



Tous publics



18h 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. Création de notre page Facebook Ads
2. Se préparer à lancer son activité en ligne
3. Mettre en place une campagne qui donne des résultats
4. Établir la présence en ligne de votre entreprise
5. Aider vos clients à vous contacter via WhatsApp
6. Objectif de la campagne Interaction avec les publications
7. Exemple de publicité sponsorisée avec l'interaction
8. Scaling, Retargeting et Audiences similaires (LLA)
9. GO ! On Lance ensemble votre première Campagne pub
10. Analyse d'une campagne Facebook Ads
11. Gestionnaire de collaborations de marque
12. Instagram Business manager - Faire de la publicité sur Instagram
13. Provider de paiement en ligne - Prestataire de services de paiement (PSP)
14. Facebook Live: Le guide du live streaming pour les entreprises
15. Gestionnaire de catalogues - Part 1

RÉALISER UNE NEWSLETTER

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

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

DURÉE 7 heures (1 jour)

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

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

RÈGLES DE L'E-MAILING

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

CRÉATION DE LA NEWSLETTER

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

CRÉATION DES IMAGES

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

ENVOI DE L'E-MAILING

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

ANALYSES

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



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

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

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

FORMATION EMAIL MARKETING

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

Objectifs pédagogiques

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



Niveau Initiation



Tous publics



9h 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.Effectuer les paramétrages techniques
- 3.Entretenir une base de données email
- 4.Rédiger ses emails
- 5.Maîtriser les 3 types d'emailing
- 6.Conclusion

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