



Poasson Consulting

- PARIS - MARSEILLE -

MODULES DE FORMATIONS EN COMMUNICATION ET EN IMAGE

Design graphique et pao
Chaîne graphique et Techniques de fabrication
Design graphique & typographie
Photographie numérique

Web Design - cms & gestion de contenu - UI & UX Design

Arts visuels, vidéo & effets spéciaux
Design 3D - Modélisation, texturation, animation

Muralisme - Expression plastique - street-art

Gestion de projet événementiel

/// www.poasson.com

DES MODULES DE FORMATION COMPLETS INTÉGRÉS À DIVERS CURSUS PROPOSÉS PAR DIFFÉRENTS ÉTABLISSEMENTS D'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR

PPA (Paris Pôle Alternance), groupe GES - Sup de Com, Groupe IDRAC - Esupcom - Groupe retravailler

Design Graphique 2D & 3D - Gestion de projet - Photographie - Vidéo et Motion Design - Art & culture - Chaîne Graphique

Des formations et une pédagogie créées spécialement pour le développement de compétences professionnelles liées à la conception et à la réalisation de projets de design graphique 2D et 3D, à la gestion de projet et à la stratégie de communication.

Notre structure forme des designers graphiques 2D & 3D, des chargés de communication et des chefs de projets.

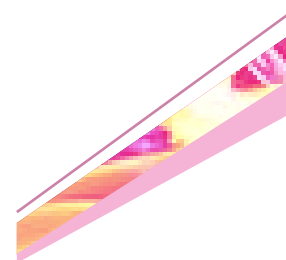
Nous proposons des modules de formation en design graphique 2D & 3D, en vidéo, en photographie et en gestion de projet, intégrés à des cursus complets en bachelor et mastère communication et marketing.

>> Une méthodologie basée sur la mise en pratique de notions théoriques abordées en cours qui doivent être notifiées dans un tutoriel réalisé par l'apprenant, organisées par logiciel et illustrées par un visuel issu du processus de fabrication des sujets proposés, en lien avec la notion abordée.

>> Dans un premier temps, les tutoriels et outils sont présentés, viennent ensuite les travaux à réaliser, leur contexte de communication et les objectifs auxquels ils répondent. Création visuelle en pas-à-pas pour une appropriation efficace des logiciels. Entre les séances, les étudiants répètent et développent les travaux commencés en cours, en utilisant les tutoriels écrits et vidéographiques mis à leur disposition, bases du cours. À Chaque début de session les problèmes techniques des étudiants, liés aux travaux développés de manière autonome, sont évoqués en cas par cas et présentés aux membres du groupe. Le travail en pas-à-pas se poursuit. Les travaux sont rendus, corrigés et rendus aux étudiants avec un compte-rendu précis autour de l'aspect technique, fonctionnel et esthétique du visuel pour un développement créatif et technique optimal.

>> Un concept liant théorie et pratique au coeur des espaces dédiés à la fois à l'apprentissage et à la rencontre de professionnels

>> Une pédagogie professionnalisante basée sur des exemples concrets issus du milieu professionnel



Tous nos modules de formation sont intégrés à des cursus complets proposés par des établissements d'enseignement supérieur tels que PPA (Paris Pôle Alternance) - Groupe GES / Sup de com - Groupe IDRAC

>> Pour des classes de Bachelor (de la 1ère à la 3ème année) et Mastère Communication & Marketing

>> Liens sur les référentiels RNCP (Registre National des Certifications Professionnelles)

- **Chargé de communication** : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34813/>

- **Responsable de communication** : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34574/>

- **Manager de la communication** : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35249/>

- **Chef de projet en communication** : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34352/>

- **Directeur artistique en communication visuelle et multimédia** : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36386/>

- **Chargé de marketing et promotion** : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34581/>

- **Manager de la communication et du marketing** : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34492/>

- **Manager marketing et communication (MS)** : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36017/>

- **Manager de la communication et du marketing digital** : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34577/>

Conditions d'accès : Passage en 1ère Année sur concours : dossier, tests et entretien / Passage en 2ème Année depuis la 1ère Année ou concours : dossier, tests et entretien / Passage en 3ème Année depuis la 2ème Année ou concours : dossier, tests et entretien / Passage en 4ème Année depuis la 3ème Année ou concours : dossier, tests et entretien / Passage en 5ème Année depuis la 4ème Année

Pré-requis : Bac, Bac + 1, Bac + 2, Bac + 3, Bac + 4 validés à 60 ECTS en Marketing/Commerce/Communication

Volume horaire : 20 à 30 heures par groupe d'étudiants

Tarifs : De 1600 € à 2400 € en fonction du volume horaire

Modalités d'évaluation : Contrôle continu sur des sujets proposés au fil du module et un examen final de 2 heures sur un sujet dédié.

Modalités d'accès pour les personnes en situation de handicap :

Visitez le site de l'AGEFIPH : <https://www.agefiph.fr/>

Soucieux de promouvoir et développer des formations à destination des personnes en situation de handicap, notre établissement s'engage dans cette démarche :

Tous les campus dans lesquels nous intervenons sont accessibles aux personnes en situa-

tion de handicap.

Tous les campus dans lesquels nous intervenons proposent des dispositifs adaptés aux personnes ayant un handicap.

Un référent Handicap est nommé dans chaque campus pour mieux accompagner les apprenants en amont, pendant et après la formation.

Une « Charte de progrès pour l'accueil des personnes en situation de handicap » a été créée et diffusée sur tous les campus des établissements dans lesquels nous intervenons et dans le nôtre afin de sensibiliser tous les membres des différents réseaux et les apprenants.

Débouchés métier : Directeur de la communication, Responsable de la communication interne, Responsable de la communication externe, Chef de projet événementiel, Chef de pub, Influenceur / influenceuse, Assistant de communication, Directeur de clientèle, Média planneur, Chef de projet, Chargés de relations publics, Chargé de communication, Planneur stratégique, Responsable des partenariats, Community Manager, Concepteur rédacteur, Directeur de la création, Directeur artistique.



1- DESIGN GRAPHIQUE ET PAO

Réalisation de visuels et supports variés en utilisant les logiciels Photoshop, Illustrator et Indesign - Des tutoriels écrits et vidéos sont à disposition des étudiants.



Objectifs :

- > Connaître le vocabulaire technique lié à la création visuelle
- > Connaître les ressources matérielles et techniques
- > Connaître les différents domaines de création
- > Connaître les fondamentaux en PAO

- > Développer une culture visuelle et informationnelle éclectique.
- > Développer des connaissances et compétences techniques sur les logiciels pour une utilisation professionnelle.

Les programmes de formation détaillés et les supports vidéo sont disponibles sur le site internet du centre de formation.

Introduction :

- > Analyser de contextes mercatiques et de communication
- > Analyser des supports et des codes sémiotiques
- > Hiérarchisation des informations
- > Réaliser des supports opérationnels,
- > Présentation des logiciels de PAO & leurs fonctions
- > Présentation des différents travaux graphiques

1/ La photographie numérique & l'image pixelisée

- > La Résolution et la définition d'une image (dpi)
- > Le Pixel / Le Vecteur
- > Les Modes colorimétriques (RVB / CMJN)
- > Les Formats de fichiers informatiques (formats natifs et formats de compression bitmap et postscript)

2/ Réalisation du visuel d'une affiche - Photoshop

- > Développement de la pratique du logiciel Photoshop
- > Le fichier de travail, les images et les calques, les outils de détourage, les masques et modes de fusion
- > Les Réglages colorimétriques, calques dynamiques et calques de réglages.
- > Export et configuration

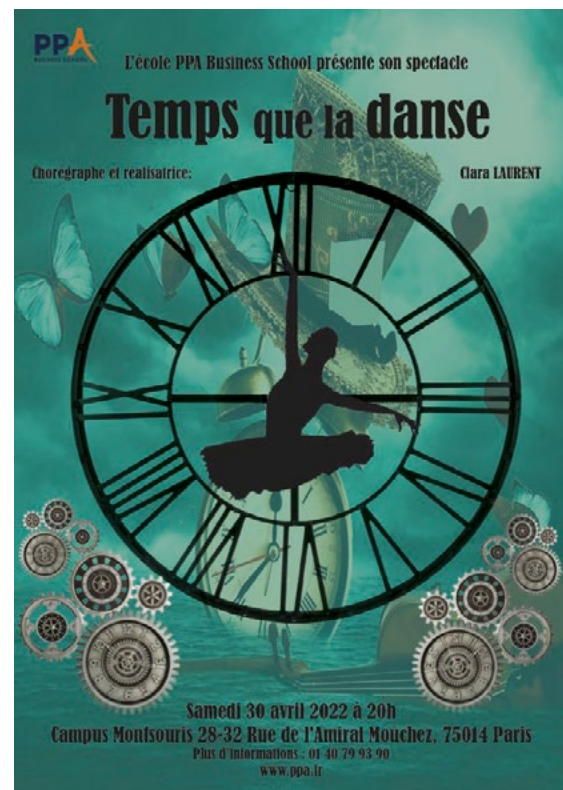
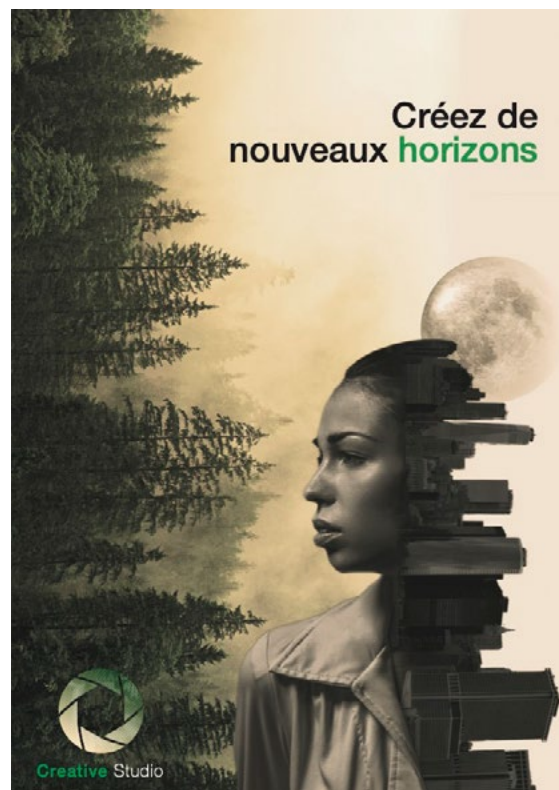
3/ Création vectorielle - Typographie, Logo-type et illustration - Illustrator

- > Étude sémiotique de logos et d'identités visuelles

- > Développement de la pratique du logiciel Illustrator par la construction d'éléments variés
- > Lire, utiliser et concevoir une charte graphique
- > Fichier de travail, plan de travail, grille de construction, règles et repères
- > Formes géométriques, transformations et combinaisons d'objet, Plume
- > Tracé transparent et masque d'écrêtage.
- > Mise en forme de contenus éditoriaux
- > Démonstrations et travail créatif pas à pas.
- > Similitudes & différences entre les logiciels Illustrator et Indesign
- > Mise en page texte/image d'une Affiche
- > Présentation des exports de fichiers et leurs configurations en fonction de l'utilisation des visuels.

4/ Hiérarchiser l'information, mettre en forme les éléments éditoriaux et iconographiques – Indesign

- >> Réalisation d'un book de travaux conçu comme un magazine regroupant les réalisations des apprenants.
- > Développement de la pratique du logiciel Indesign
- > Les fondamentaux d'Indesign en tant que logiciel de mise en page texte/image
- > Le fichier de travail, les pages, les gabarits, pagination.
- > Chemin de Fer et organisation de contenus.
- > Imports des éléments iconographiques, liens et gestion des images.
- > Création des blocs texte et stylistique des contenus éditoriaux (Liens entre les fonctions d'Illustrator et de Indesign)
- > Notions fondamentales de la Typographie
- > Cohérence graphique et unité de lecture



2- CHAÎNE GRAPHIQUE ET TECHNIQUES DE FABRICATION

Réalisation de cahiers des charges pour la réalisation et la fabrication de supports, d'infographies variées.

Objectifs :

- > Connaître le vocabulaire technique lié à la création visuelle et à la fabrication de supports de communication imprimés.
- > Connaître les ressources matérielles et techniques liées au domaine de la chaîne graphique.
- > Connaître les différents domaines de création.
- > Connaître les logiciels utilisés en PAO
- > Développer une culture visuelle et informationnelle éclectique.
- > Développer des connaissances et compétences techniques sur les techniques et procédés d'impression.

Les programmes de formation détaillés et les supports vidéo sont disponibles sur le site internet du centre de formation.



Introduction :

- Gestion de la fabrication des solutions de communication
- Rédaction des cahiers des charges techniques
- Entretien des relations techniques avec les prestataires et acteurs du projet de communication
- Etablir un devis précis

1/ Les supports de communication

- > Créer de la notoriété, lancer un produit, renforcer une campagne publicitaire, diffuser des contenus pédagogiques et culturels
- > Objectif des supports de transmission : Permettre la mémorisation des messages
- > Utilisation / Diffusion / Achats d'espaces
- > Les différents types de supports



2/ La chaîne graphique

- > Glossaire : vocabulaire de la chaîne graphique (Prépresse – presse - finition et façonnage – distribution – diffusion)
- > Les différents acteurs, leur rôle
- > Le prépresse : Le brief, conception/création, les différents accords, rédaction des textes, Recherche iconographique, Réalisation des documents
- > PAO, Publication assistée par ordinateur
 - Application (Utilités / fonctionnalités / Possibilités)
 - Fonctions principales
 - Outils principaux : Photoshop, Illustrator, Fontlab, Indesign
 - Photographies numériques, Typographie, Illustrations vectorielles, Mise en page
 - Préparation des fichiers en vue de produire un produit imprimé

- > Résolution des images pixellisées, Modes et profils colorimétriques, Aplatissement des transparences, Gestion des polices de caractères, Gestion des bords perdus, Formats de fichiers



3/ L'imprimerie

- > Choix d'un imprimeur, Veille opérationnelle (sources et systèmes d'informations)
- > Les différents systèmes de transferts et de sauvegardes des fichiers informatiques
- > Typologie des produits à imprimés
- > Typologie des procédés d'impression (Historique / Techniques / produits)
- > Les Supports d'impression (Voir « Exaprint » le catalogue)
- > Les quantités, Les Formats (ouvert/fermé)
- > Colorimétrie (quadrichromie/hexachromie) – Les Encres
- > Faces imprimés du support (Recto/verso)
- > Finitions (verniss, Pelliculage, gaufrage, encapsulage)
- > Le Façonnage des produits imprimés (Massicot, rainage, pliage, assemblages)
- > Conditionnement / Livraison / Distribution

3- DESIGN GRAPHIQUE & TYPOGRAPHIE

Réalisation de caractères et jeux typographiques, d'identités visuelles sur ordinateurs et intégration de ceux au sein de visuels en lien avec un contexte de communication spécifique.

Objectifs :

- Comprendre et maîtriser les différents choix typographiques.
- Connaître le vocabulaire typographique

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



- Hiérarchiser l'information de manière réfléchie
- Comprendre l'évolution du caractère et ses techniques de fabrication.
- Maîtriser toutes les phases de fabrication d'un support imprimé
- Comprendre la construction d'un caractère et d'un logo.

Les programmes de formation détaillés et les supports vidéo sont disponibles sur le site internet du centre de formation.

Introduction :

- > Comprendre / Echanger / Transmettre
- > Comprendre son environnement
- > Établir un rapport avec autrui : Signifier – Mettre en forme - diffuser
- > Langages visuels et sémiologie
- > La typographie, l'écriture de caractères et ses procédés

1/ Représentations, Echanges, Evolution

- > La « Langue » comme système de représentation
- > Le besoin de représenter pour comprendre et se faire comprendre
- > L'Écriture, un système de représentation de la langue et du monde : une symphonie de caractères - Histoire de l'écriture
- > La Typographie et l'imprimerie, l'écriture de caractères
- > La calligraphie, la xylographie, le caractère mobile chinois et l'invention du papier
- > L'imprimerie en Europe
- > Recherches et développement technologiques et techniques
- > Les polices de caractères, les fontes, les formes, les invariants et les styles
- > La typographie Vernaculaire
- > La poésie concrète, typogrammes, trompe l'œil et calligrammes
- > Le gris typographique

2/ L'invariant typographique

- > Construction, équilibre et espace, significations et références
- > Hiérarchisation des informations, rapports des vides et des pleins dans l'espace

3/ La couleur, la texture, le rythme et le support

- > La Lumière et la Couleur :
- > La couleur en imprimerie

4/ Typographie et PAO

- > Le caractère vectorisé
- > Logiciel Illustrator
- > Logiciel Font Lab

5/ La lettre et l'environnement

- > Typographie volume et plasticité
- > L'échelle et multi--supports

6/ La typographie et le multimédia

- > Le langage informatique html & css
- > Mise en page d'une interface web

7/ L'Identité visuelle

- > Passage de l'idée au signe / Iconographie /
- > La Lettrine et Le monogramme
- > Le pictogramme et la construction géométrique
- > Créer du sens et du rythme
- > Transmettre des valeurs, une philosophie, l'image de Marque et le « Branding »
- > Chartes graphiques et codes
- > Construction géométrique et mathématique
- > Vectorisation informatique

8/ Le caractère et le mouvement

- > Typographie en mouvement – Film d'animation
- > Présentation d'agences de design et de designers

9/ Le caractère et l'Affiche

- > Le Graphisme
- > Le Message
- > Typographie et Iconographie
- > Le visible et l'invisible dans le design graphique



4- PHOTOGRAPHIE NUMÉRIQUE

Création de séries photographiques autour de thèmes réfléchis et analysés en amont. De la prise de vue à la retouche.

Objectifs :

- Développer des capacités d'analyse d'image
- Maîtriser les outils photographiques
- Maîtriser la gestion de la lumière
- Maîtriser les logiciels de retouches et toutes les notions connexes
- Comprendre les liens entre la techniques et la créativité

Les programmes de formation détaillés et les supports vidéo sont disponibles sur le site internet du centre de formation.



Introduction :

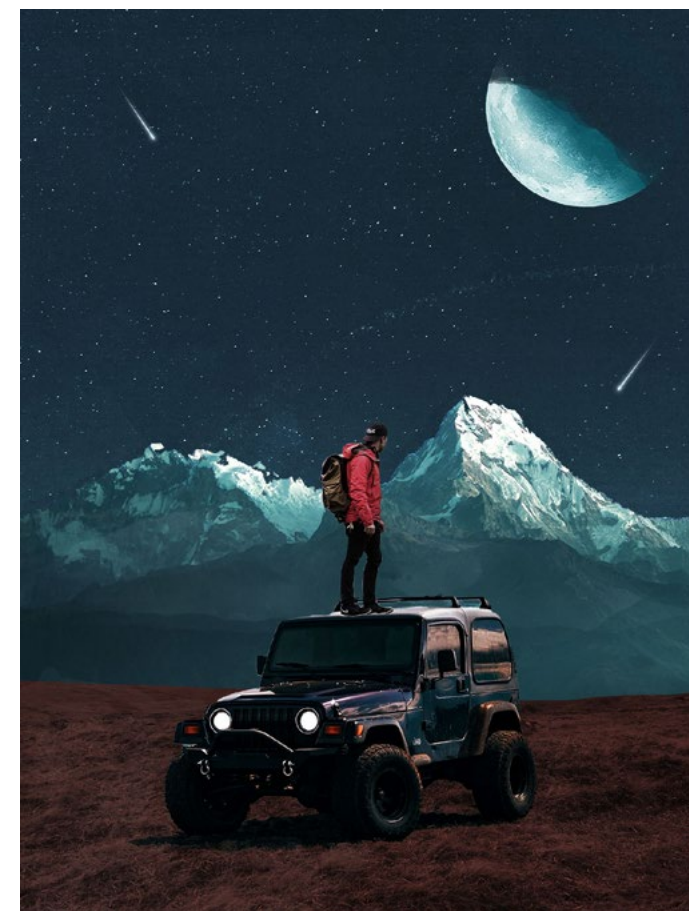
- > Le Mythe de la caverne et la représentation.
- > Histoire des outils et techniques photographiques.
- > La perspective, la profondeur de champs, le cadrage, la lumière et la couleur
- > Histoire de photographes et études

1/ Image : Construction et signification

- > Signes iconiques et signes plastiques
- > Choix des sujets, des éléments visuels, des objets et des mise en scène
- > La structure de l'image, grille de mise en forme et cadrage
- > Capter la lumière, créer des contrastes et manipuler la couleur

2/ La Photographie comme moyen de représentation

- > La lumière comme outil
- > Le couple vitesse/diaphragme
- > les ISO, sensibilité du capteur à la lumière et la Balance des blancs
- > Longueur de focale, mise au point et profondeur de champs



3/ Matériel et ses fonctions

- > Le Boîtier et le téléobjectif
- > Les lumières Flash et continues, les réflecteurs
- > Cyclo, pied, stabilisateur
- > Techniques du light-painting

5/ Travaux et expérimentations

- > Dossier de présentation des travaux photographiques, des intentions et références qui y sont liées.
- > Démarche conceptuelle et artistique
- > Publicité et packshot
- > Photographie de modèle
- > Expérimentation et light-painting
- > Étude de photographes

4/ Traitement des clichés - Adobe Photoshop/Lightroom

- > Carte SD et téléchargement
- > Retouches chromatiques, formelles et texturales sur Photoshop
- > Résolution & Définition
- > Modes et profils colorimétriques
- > Réglages colorimétriques et calques dynamiques



5- WEB DESIGN - CMS & GESTION DE CONTENU - UI & UX DESIGN

Création d'un site web sur un thème choisi en accord avec l'étudiant en utilisant le CMS Wordpress - Des tutoriels écrits et vidéos sont à disposition des étudiants.

Objectifs :

- Développer des capacités d'analyse
- Comprendre et Définir un contexte de communication et les objectifs connexes.
- Maîtriser les outils informatiques dédiés et les techniques de fabrication.
- Maîtriser la gestion de CMS et la création de sites internet ; Gérer les réseaux sociaux.
- Définir le cadre technique, législatif, budgétaire, temporel et humain d'un projet.

Les programmes de formation détaillés et les supports vidéo sont disponibles sur le site internet du centre de formation.

- > Définir et comprendre la cible,
- > Définir le message
- > Les réseaux de communication
- > Langages visuels et sémiologie

1/ Gestion de contenu

- > Étude des cibles, de la communication antérieure et concurrentielle
- > Stratégie créative
- > Recherches iconographiques & typographiques
- > Design graphique
- > Utiliser et comprendre une Identité visuelle
- > Définir Les principes interactifs

2/ Plateformes, réseaux et référencement

- > Internet, évolution du web & outils statistiques, KPI
- > Les services de messagerie, d'informations, de partage et de Commerce.
- > Recommandation stratégique : Définir le type de site, les modules à utiliser, Arborescence & Navigation

- site
- > Réflexion autour du référencement payant
- > Campagne Adwords et achats de mots-clés
- > Classification des différents annonceurs, Les liens sponsorisés sur les réseaux sociaux et moteurs de recherche.
- > L'e.publicité

4/ Le community manager, créateur de lien et de réputation

- > Le métier de Community manager : esprit d'analyse, gestion, organisation, recherche, prise d'initiative
- > La stratégie de réseau : susciter l'intérêt, développer la visibilité et l'échange, asseoir la notoriété
- > Les outils du Community Manager : Les réseaux et médias sociaux
- > Portée organique et virale
- > Stratégie Mix-média et utilisation du QRcode



Introduction :

- Comprendre / Échanger / Transmettre
- Histoire des civilisations, leurs systèmes socio-culturels et linguistiques
- > Comprendre son environnement et les systèmes de représentations linguistiques et picturaux
- > Etablir un rapport avec autrui : Signifier et mettre en forme

- > CMS et leurs spécificités
- > Tablettes, Smartphone et ordinateurs - site responsive
- > Formats/Résolution/Extensions/Compression/ Modes colorimétriques
- > L'e.mailing et la e.newsletter : Prospecter et Fidéliser
- > Protection des données: La CNIL

- > Veille informationnelle et opérationnelle
- > Leaders d'opinion et followers

Conclusion :

- Gestion de projet : Rétroplanning, cahier des charges et budget prévisionnel

3/ Référencement naturel & payant

- > Optimisation du référencement Naturel
- > Réflexion autour de l'Architecture et du plan du

6- ARTS VISUELS, VIDÉO & EFFETS SPÉCIAUX

Création d'un clip vidéographique - Conception, & Réalisation -
Logiciels Adobe Premier Pro, After-effects & Blender

Objectifs :

- Développer des capacités d'analyse
- Comprendre et Définir un contexte de communication et les objectifs connexes.
- Maîtriser les outils informatiques dédiés et les techniques de fabrication.
- Concevoir des visuels adaptés au contexte

Les programmes de formation détaillés et les supports vidéo sont disponibles sur le site internet du centre de formation.

Introduction :

- Analyse & présentation de différents films publicitaires, musicaux, artistiques, séries et longs-métrage.
- Études de cas de clips promotionnels
 - > Contexte de communication, Axe de communication, ton, promesse, mission

1/ Conception d'un film et définition de ses caractéristiques

- > Définir le Thème du film (l'axe de communication central et les idées sous-jacentes), les Objectifs de communication du film, les publics-cibles, le titre du Film, sa durée, son pitch et sa Synopsis
- > Réalisation d'un scénario

2/ Réalisation d'un story-board:

- > Mise en image du scénario
- > Définir les plans, les angles de vue, les mouvements de caméra, les transitions

3/ Prise de vue et logistique

- > Définir les acteurs, les lieux de tournages
- > Mobiliser les objets, accessoires
- > Concevoir et réaliser les décors
- > Définir les ressources matérielles & techniques
- > Photographie, Cadrage et prise de vue
- > Son, voix off et dialogues

4/ Montage et Post-production

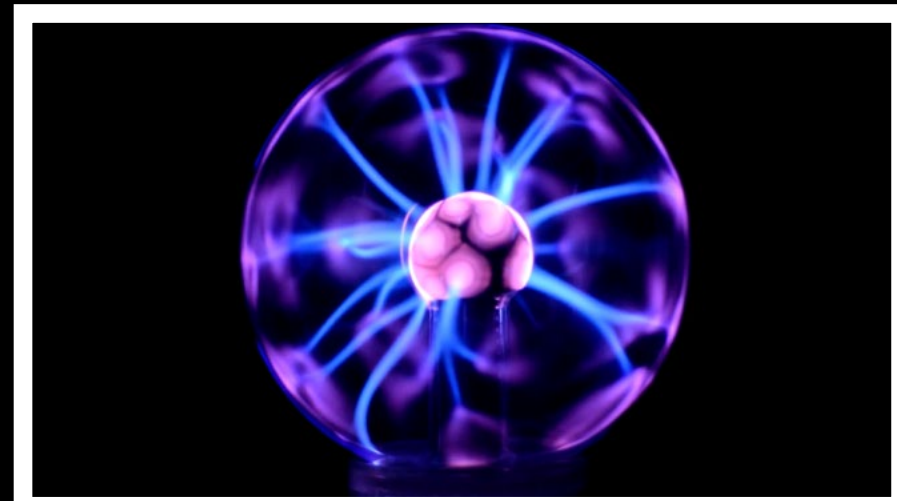
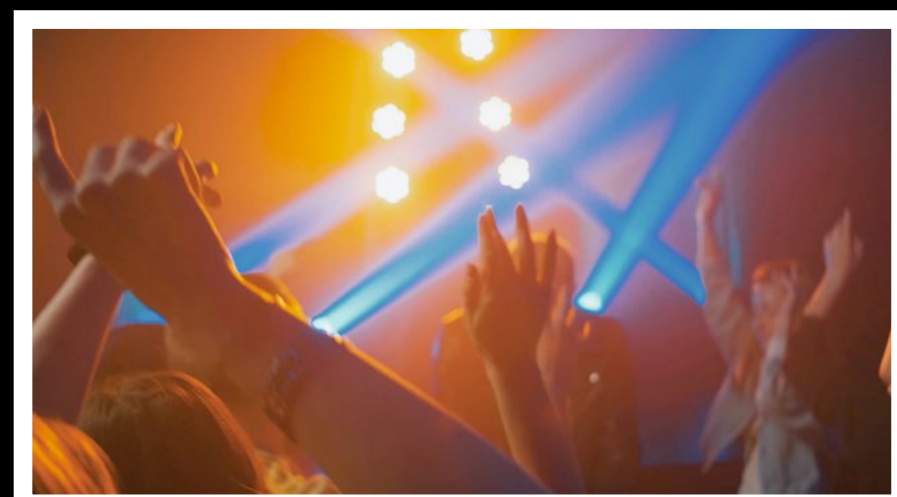
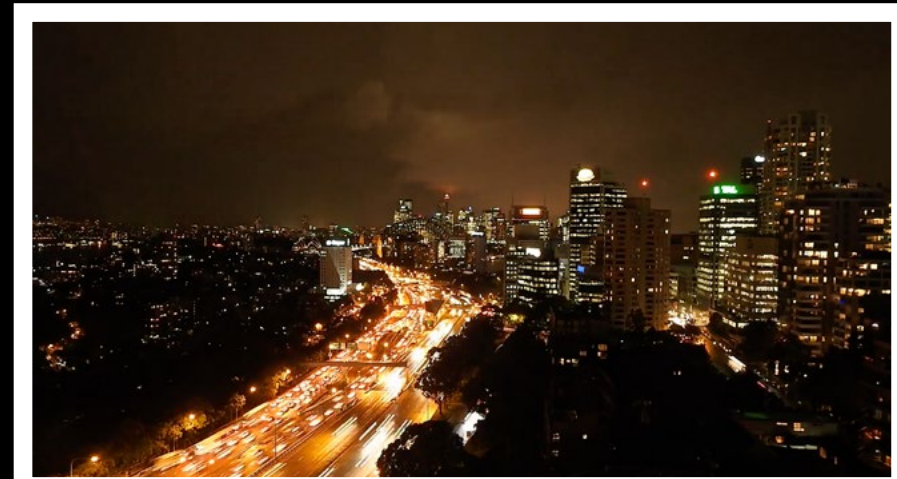
- > Définir le réglage des séquences, le format vidéo d'export, la Fréquence, le Dossier de sortie et le mode colorimétrique
- > Maîtriser le dérushage
- > Gérer la table de montage ou séquenceur d'images de typologie différente et de bandes sonores variées, l'explorateur de fichier, le gestionnaire d'images-clés et les propriétés des séquences.

5/ Définir les canaux de diffusion

- > Définir les sites web, plateformes de partage, les web TV ou les chaînes de télévision classiques - Media-planning

Conclusion :

- >> Appropriation des sujets et des outils par l'apprenant en vue de réaliser des clips plus personnels issus de son imaginaire et de son milieu professionnel.
- >> Développement du Book dans les temps futurs



7- DESIGN 3D - MODÉLISATION, TEXTURATION, ANIMATION

Création d'un film d'animation en 3D - Conception (Modélisation, texturation, animation) & Réalisation
- Logiciels Blender & After-effects

Objectifs :

- Développer des compétences techniques quant aux outils proposés par le logiciel Blender
- Comprendre le fonctionnement de l'interface logiciel pour s'adapter à d'autres logiciels du même type.
- Maîtriser les phases de conception d'objets, de modélisation, de texturation et d'animation
- Développer des capacités d'analyse techniques et graphiques en vue d'apporter une solution à un problème.

Les programmes de formation détaillés et les supports vidéo sont disponibles sur le site internet du centre de formation.

Introduction :

- > Présentation de l'interface du logiciel
- > Les onglets du logiciel
- > Les Espaces de travail
- > Les types d'éditeurs accessibles dans toutes les fenêtres de l'interface :
- > Les propriétés
- > Les modes de travail :
- > Les Axes X, Y et Z, les vues de face, dos, droite, gauche, bas, haut
- > Vue orthogonale et vue en perspective (vue des objets pour la modélisation).
- > Collection d'objets, arborescence des objets composant la séquence d'animation

Des exercices dont les fonctions, actions et objectifs sont détaillés à l'écrit et illustrés à l'aide de tutoriels vidéo.



1/ Modélisation

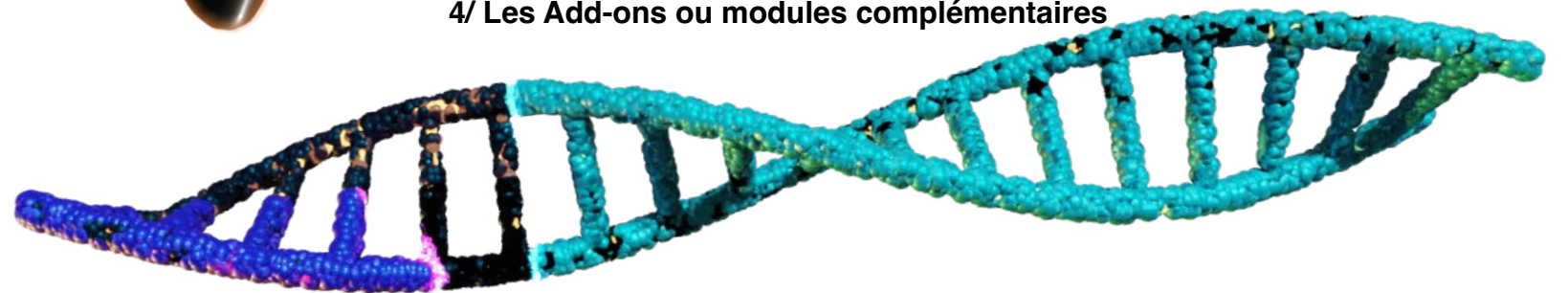
- > Les collections
- > Les meshes
- > Les modificateurs et leurs actions
- > Le curseur 3D et le point d'origine
- > Les transformations
- > Mode édition et objet
- > Les vues
- > Le mode x-ray
- > L'extrusion

2/ Texturation

- > Espace de travail « UV-Editing » pour créer des cartes UV
- > Espace de travail « Shading » et le « shader-editor » pour créer un nouveau matériau et l'appliquer sur un objet
- > Les matériaux et les textures
- > Slot et assignation des matériaux
- > Préparer les différentes textures sur photoshop
- > Combiner différentes textures
- > Peinture de texture et masques

3/ Effet de particules et peinture de poids

4/ Les Add-ons ou modules complémentaires



5/ Animation et interpolation de mouvement, rotation, mise à l'échelle & déplacement, squelette

- > Time-line, Dope sheet & images-clés, Graph editor et boucles d'animation
- > Les vues pour gérer les transformations
- > Une image-clé, une position
- > Positions variables à différents moments = animation
- > Fréquence et réglage du rendu
- > Importance du parentage
- > Squelette et os

6/ Caméra et animation

- > Objet caméra et réglages
- > Mouvement de caméra
- > Graph éditeur
- > Profondeur de champs et dimensions, Focus
- > Mouvement de caméra avec amorti, courbe de bézier
- > Transformations



8- GESTION DE PROJET ÉVÉNEMENTIEL

Comprendre chaque étapes de la conception et de la gestion d'un événement en vue d'en créer un à partir d'un contexte réel.

Objectifs :

- Développer des capacités d'analyse
- Comprendre et Définir un contexte de communication et les objectifs connexes.
- Définir le cadre technique, législatif, budgétaire, temporel et humain d'un projet.
- Connaissances des outils informatiques dédiés et les techniques de fabrication.
- Maîtriser la chaine graphique
- Développer les connaissances liées à l'événementiel

Les programmes de formation détaillés et les supports vidéo sont disponibles sur le site internet du centre de formation.

Introduction :

- > Définir un événement comme solution de communication dans le cadre d'une stratégie marketing dédiée à un annonceur spécifique
- > Problématique & Objectifs
- > Définir un événement comme produit culturel
- > Études de cas de différents annonceurs

1/ L'agence événementielle et l'annonceur

- > Typologie des agences et des événements
- > Typologie des annonceurs, de leurs problématiques et objectifs
- > Étude marketing et recommandation stratégique
- > Définir le Concept de l'événement
- > Définir une scénographie et un parcours
- > Réalisation de Planches tendances, de nuages de mots-clés et d'infographies
- > Définir un reportage photo et vidéo précis pour la communication post-événement

2/ La société de production et ses artistes

- > Typologie des sociétés de production
- > Étude marketing & présentation d'une société de production : La matrice SWOT comme outil stratégique.



3/ Communication et promotion des événements

- > Présentation du modèle de Jakobson
- > Stratégie créative, Recherches iconographiques & typographiques
- > Identité visuelle
- > Définir les supports de communication imprimés et multimédias
- > Outils et logiciels à utiliser
- > Média-planning ou plan médias

4/ Gestion de projet : outils et ressources

- > Établir le cahier des charges
- > Réaliser le rétro-planning
- > Réaliser un budget détaillé
- > Contacter des prestataires
- > Établir des partenariats
- > Financements publics et privés
- > Lancer la production et assurer son suivi

CONCLUSION :

- Dimension juridique d'un projet



www.poasson.com - www.collectif-avc.com

/// www.collectif-avc.com

/// www.facebook.com/Collectifavc

/// www.instagram.com/collectifavc

/// www.linkedin.com/company/collectif-arts-visuels-contemporains/

Contact : Loïc PERREL

06 74 47 39 11 - contact@aurdi.com