

Industries graphiques et communication plurimédia Professionnalisation communication visuelle



Publics

- Demandeur d'emploi
- Salarié

Conditions d'accès

- Sélection sur dossier et entretien
- Culture artistique et graphique
- Expérience professionnelle sur des projets de communication visuelle et/ou collaboration avec des prestataires de créations graphiques

Durée

- 245 h

Modalités de formation

- Mise en situation pratique

Validation

- Attestation de formation
- Certification TOSA

Modalités de financement

- Région Nouvelle Aquitaine
- Entreprises /OPCO

Tarif de référence*

- Nous consulter

Lieux de formation

- Lycée Maryse Bastié

Limoges

Contact

- 05 55 12 31 31

Objectifs

- Concevoir une communication visuelle cohérente avec la stratégie d'entreprise.
- Savoir rédiger un brief clair pour des prestataires internes ou externes.
- Savoir évaluer les temps et coûts nécessaires à la réalisation de créations visuelles : publicité, édition, digital.
- Piloter un projet de communication visuelle.

Contenu

Les règles de bases de la communication visuelle :

- Acquérir les notions essentielles. Communication visuelles : expression de la stratégie d'entreprise.
- Analyse de l'image, apport de la sémiotique.

Les règles d'une bonne cohérence entre image et mots :

- Analyse d'accroches, slogans et signatures.
- Élaborer un cahier des charges précis et pertinent pour une action de communication.
- Le brief : outil de rigueur : contexte, positionnement, cible, contraintes techniques et financières / outil de séduction et de stimulation pour le concepteur.
- L'importance de la plate-forme de marque pour ancrer le brief.

Appréhender les bases graphiques constituant une communication :

- Le vocabulaire, les fonctions et objectifs des logiciels graphiques.
- La typographie, la mise en page. La chaîne graphique.

Workshop : rencontre avec des clients souhaitant améliorer leur stratégie de communication :

- Évaluer la qualité graphique des documents et leur conformité avec le cahier des charges.
- Rendre une analyse critique sur le travail réalisé grâce à une réflexion structurée sur les points essentiels à évaluer.
- Savoir recadrer le travail de l'agence de communication. Sélectionner la piste créative la plus pertinente.
- Les outils méthodologiques pour défendre une création visuelle.
- Comment convaincre en interne et atténuer les jugements subjectifs.
- Mettre en place les conditions pour impliquer les équipes internes en amont.

Modules transverses : accompagnement à la recherche d'emploi ou de stage.

*Retrouvez nos conditions générales de ventes sur le site Internet

GRETA du Limousin Siège

Greta du Limousin

6 rue Paul Derignac 87031 Limoges - 05 55 12 31 31

<https://greta-du-limousin.fr>

