

Métiers de la communication et de l'imprimerie : Communication visuelle (professionnalisation)

Financement



Formation professionnelle continue
Programme régional de formation
(PRF AS)

N° de marché : 2021P018S01183

Organisme responsable et contact

GRETA DU LIMOUSIN

LALLEMAND Nathalie

05.55.12.31.02

nathalie.lallemand@ac-limoges.fr

Accès à la formation

Publics visés :

Demandeur d'emploi
Jeune de moins de 26 ans
Personne handicapée
Salarié(e)
Actif(ve) non salarié(e)

Sélection :

Niveau d'entrée requis :

Sans niveau spécifique

Conditions d'accès :

Les pré-requis obligatoires seront précisés et détaillés dans la réponse de l'organisme de formation.

Prérequis pédagogiques :

Culture artistique et graphique
Expérience professionnelle sur des projets de communication visuelle et/ou collaboration avec des prestataires de créations graphiques.

Contrat de professionnalisation possible ?

Non

Objectif de la formation

La présente consultation cible des actions devant répondre à un besoin de qualification et/ou de compétences des entreprises et des publics visant à faciliter l'insertion professionnelle et le retour à l'emploi durable.

Contenu et modalités d'organisation

Accueil/bilan intermédiaire/Bilan final - - Informer le stagiaire sur l'action afin de lui permettre de : - Connaître le fonctionnement du dispositif et le déroulement des formations de façon détaillée (remise des documents pédagogiques et administratifs liés à l'entrée en formation). - Finaliser si besoin le dossier administratif dont celui de la rémunération -Présentation de l'équipe pédagogique et visite des plateaux techniques - Présenter la plateforme Moodle E-GRETA (FOAD) - Se situer au regard des objectifs de la formation - Renégocier le parcours si besoin - Point sur la formation et les débouchés - 10 h Les règles de base de la communication visuelle - - La communication visuelle en tant qu'expression de la stratégie de l'entreprise - Décryptage d'une image : aiguiser son regard - Usage et signification de l'image dans la communication - Qu'est-ce qu'une image : ses usages, ses significations - Savoir hiérarchiser les visuels et établir les priorités en fonction de son positionnement - Apport de la sémiotique - 35 h Les règles d'une bonne cohérence entre images et mots - - Comprendre les règles d'une bonne cohérence entre images et mots - Analyse d'accroches, slogans et signatures - Élaborer un cahier des charges précis et pertinent pour une action de communication - Le brief comme un outil de rigueur : contexte, positionnement, cible, contraintes techniques et financières - Le brief comme un outil de séduction et de stimulation pour le concepteur - L'importance de la plate-forme de marque pour ancrer le brief - 35 h Appréhender les bases graphiques constituant une communication - - Appréhender les courants et tendances en communication graphique on et off-line (symbolique, couleur, typo, charte graphique) - Comprendre le vocabulaire graphique : communiquer de manière professionnelle - Connaître en fonction des objectifs de communication les logiciels graphiques les plus adaptés, InDesign, Dreamweaver, etc - Maîtriser les règles de base de la typographie - Comprendre la mise en page : le sens de lecture, le parcours visuel print & digital - S'initier à la psychologie des formes et des couleurs - Connaître la chaîne graphique : procédures et termes techniques - 95 h Workshop:rencontre avec

Parcours de formation personnalisable ? **Oui** Type de parcours **Mixte**

Validation(s) Visée(s)

> Attestation de fin de formation

Et après ?

Suite de parcours

Néant.

Calendrier des sessions

Numéro Carif	Dates de formation	Ville	Organisme de formation	Type d'entrée	CPF	Modalités
00329076	du au	()			Non éligible	