



- ✦ journalisme
- ✦ graphisme
- ✦ numérique
- ✦ photojournalisme
- ✦ communication
- ✦ édition
- ✦ vidéo


2018 / 2019

catalogue des formations à **leMI**∞

l'école
des métiers
de l'information



 L'École des métiers de l'information propose un ensemble de parcours et de modules de formation vous permettant de réussir une appropriation globale de l'un de nos métiers ou, à l'heure de la mutation numérique, d'acquérir de nouvelles compétences nécessaires à l'exercice de votre métier. De la maîtrise des outils digitaux à l'amélioration de la qualité éditoriale, du texte, des images fixes et animées, rien de ce qui concerne le traitement de  l'information ne nous est étranger.

 Partenaire de la Région Ile-de-France, de l'État et des branches professionnelles de la presse et de l'édition, l'émi est une coopérative indépendante, dont les sociétaires sont en mesure de mettre en œuvre les actions de transmission les plus innovantes auprès des médias, des maisons d'édition et des services de communication. Notre école s'attache à accompagner avec la même attention les projets personnels de reconversion ou d'élargissement des compétences.

/03

Notre démarche pédagogique repose sur  la réussite et l'émancipation de chacun, dans un monde où le droit à l'information et la liberté d'expression demeurent des valeurs centrales de la démocratie.

sommaire

- 3 *avant-propos*
- 4 *sommaire*

parcours qualifiants

- 10 nos métiers
- 12 journalisme
- 14 secrétariat de rédaction
- 16 édition
- 18 graphisme
- 20 vidéo
- 22 photo
- 24 communication de l'économie sociale et solidaire
- 26 numérique
- 28 financements

modules longs

- 31 le journalisme multimédia
- 32 réaliser un grand format multimédia
- 33 écrire, réécrire et corriger
- 34 éditeur numérique
- 35 webdesign
- 36 datavisualisation
- 37 langages de l'image animée
- 38 vidéo créative
- 39 After Effects, Motion, Photoshop, les outils créatifs pour la vidéo
- 40 réaliser de la vidéo pour le Web
- 41 écrire, produire, diffuser un documentaire
- 42 stratégies de communication
- 43 pratique de la communication
- 44 conception et pilotage web
- 45 conception de publications numériques
- 46 pilotage web

modules courts

- 49 écrire pour être lu
- 49 écrire pour être lu - perfectionnement
- 50 les bases du secrétariat de rédaction
- 50 interview écrite et vidéo
- 51 les principes de la réécriture
- 51 la stylistique au service du sens
- 52 écrire pour le Web
- 52 écrire pour le Web - perfectionnement
- 53 éditer pour le Web
- 53 titrer pour le Web
- 54 créer un long format multimédia
- 54 rédiger et animer un blog
- 55 Twitter avancé pour les journalistes
- 55 front page editor
- 56 filmer, monter et diffuser + live avec un smartphone
- 56 réaliser des vidéos de qualité avec un smartphone
- 57 les bases du datajournalisme
- 57 les techniques du fact-checking
- 58 sécurité numérique pour les journalistes
- 58 vendre ses sujets
- 59 méthodes de correction
- 59 corriger sur le Web
- 60 objectif zéro faute
- 60 les fondamentaux du livre numérique
- 61 produire un livre numérique au format ePub
- 61 les outils numériques de l'éditeur
- 62 communication numérique et marketing digital pour les éditeurs
- 62 droits de l'édition
- 63 droits d'auteur
- 63 Illustrator
- 64 InDesign
- 64 InDesign - perfectionnement
- 65 Photoshop
- 65 Photoshop - perfectionnement
- 66 UX + UI design
- 66 Motion
- 67 After Effects
- 67 découverte de DaVinci Resolve
- 68 Final Cut Pro X
- 68 Final Cut Pro X - perfectionnement
- 69 Premiere Pro
- 69 Premiere Pro - perfectionnement
- 70 les outils du sous-titrage
- 70 prise de son, montage et post-production



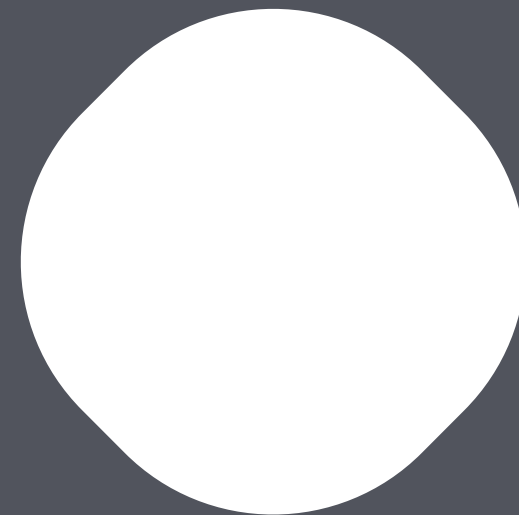


modules courts *suite*

- 71 mouvements de caméra, cadrage et lumière
- 71 filmer avec un reflex numérique
- 72 l'interview vidéo
- 72 parler devant la caméra
- 73 la prise de parole en public
- 73 la vidéo pour le Web
- 74 la photo de reportage
- 74 les techniques du portrait photo
- 75 communication, plaidoyer et prise de parole
- 75 stratégie médias et relations presse dans l'ESS
- 76 la pratique du community management
- 76 le manager digital
- 77 la newsletter
- 77 SEO : améliorer la visibilité d'un site
- 78 communiquer sur plusieurs supports numériques
- 78 bien utiliser les réseaux sociaux
- 79 la modération
- 79 culture digitale : saisir les ruptures
- 80 UX design
- 80 droits de l'image

Initiation

- 83 **formation à distance**
 - la correction
- 84 **cours du soir**
 - modalités
 - 84 les techniques de base du journalisme
 - 85 la correction-relecture
 - 85 les outils de la PAO
- 86 **cycles d'été**
 - 86 les techniques de base du journalisme
 - 87 les outils du journalisme multimédia
 - 87 les bases de la PAO
 - 88 les bases de la réalisation vidéo
 - 88 les bases de la communication associative
 - 89 les bases de la photo de presse



les parcours qualifiants

...letier ■ ?
...st maîtriser
...s savoirs
...ellectuels,
...techniques
...mettre en œuvre
...vative
...elle



journaliste multimédia

- Les médias et le métier de journaliste connaissent une mutation inédite. L'essor des supports mobiles, des réseaux sociaux, des outils numériques, des formats multimédias et interactifs a profondément transformé le quotidien de ce métier. Parallèlement, le flux incessant d'actualités sur tous les canaux et l'inflation des informations biaisées sont les grands défis à relever pour la profession.
- Le journaliste de demain, en plus d'être curieux, rigoureux et habile narrateur, devra avoir intégré la culture numérique, faire preuve d'une grande exigence vis-à-vis de la vérité et montrer des capacités d'adaptation, de polyvalence et de créativité. Vaste chantier... Mais, pour les nouveaux arrivants dans le métier, ces bouleversements sont une chance à saisir.

éditeur de livres imprimés et numériques

- Dans un contexte de croissance de la production et de la vente de livres, l'émergence de nouveaux supports et moyens de publication, le renouvellement des techniques de marketing et, de communication, l'internationalisation et de manière générale, le renforcement de la professionnalisation du métier d'éditeur justifient plus que jamais, d'offrir une formation pointue à ceux qui veulent exercer ce métier.
- Le parcours « Éditeur de livres imprimés et numériques » est un cursus complet qui forme à l'ensemble du processus éditorial, sur tous types de supports. Il forme aux principaux outils informatiques et propose une initiation aux métiers de tous ceux dont un éditeur dirige le travail.

secrétaire de rédaction multimédia

- L'information évolue, gagne en rapidité, en variété, en mobilité. Sur des supports de plus en plus diversifiés (print, web, tablettes, smartphones), il est essentiel de la vérifier et de la mettre en valeur. C'est la fonction spécifique du secrétaire de rédaction.
- Journaliste de desk, il contrôle la qualité des articles, les hiérarchise et les habille par la titraille. Force de proposition, il participe à la construction des rubriques et accompagne toute la chaîne de production du média. Aux compétences traditionnelles – écrire, réécrire, réviser, corriger, éditer – s'ajoutent désormais la publication sur Internet et la gestion des contenus multimédias (diaporamas, graphiques, son, vidéo). Plus que jamais polyvalent, le SR est l'interlocuteur pivot au sein des rédactions.

graphiste plurimédia, information et communication

- Le numérique incite à de nouvelles mises en scène du sens, où le temps, le mouvement, l'espace visible et sonore sont engagés. Le graphiste n'est plus tenu de choisir entre différents domaines. Il devra appréhender un plus large éventail de compétences pour assurer la direction de projets plurimédias.
- La filière Graphisme appréhende les champs de l'information, de la communication et de l'édition et propose un repérage de leurs codes par une pédagogie active de projets, favorisant ainsi les liens entre ces domaines transversaux et complémentaires.
- À ces mises en situation pratiques, la formation associe l'étude théorique des relations texte-image-signe-mouvement, la pratique des outils, le suivi de développement, de fabrication et de diffusion print et web et la réflexion sur l'expérience utilisateur.

responsable de communication de l'ESS

- Concevoir et mettre en œuvre des stratégies de communication adaptées aux besoins des acteurs de l'économie sociale et solidaire nécessite une connaissance pointue des valeurs et des usages du monde associatif, coopératif et mutualiste. La filière Communication ESS de l'émi transmet des pratiques et des méthodes multisupports (digital, print et événementiel) conformes à une éthique responsable, à l'écoute de la parole de toutes les parties prenantes.
- Il s'agit de faire savoir ce que l'on fabrique, voire de vendre ses produits, hors de toute démarche marketing intrusive. Communiquer autrement est possible, nous l'enseignons à l'émi.

journaliste vidéo

- La convergence des médias et celle des outils (appareil photo et caméra) entraînent la redéfinition de la chaîne de fabrication des images. Un nouveau métier est en train d'émerger : journaliste de l'image. Les avantages de la vidéo ? Elle est le support d'information privilégiée des moins de 35 ans. Elle stimule le trafic d'un site et allonge la durée de visite de l'internaute.
- Pour répondre à ces enjeux, nous avons créé un parcours « professionnalisant » et intense, qui livre toutes les clés du métier pour s'y lancer avec aisance. Prise de vue, montage, conseils sur le matériel... Tout est passé en revue au plan théorique comme pratique.

photo-journaliste

- Mouvement et adaptation : deux maîtres mots de la formation des photojournalistes à l'émi, qui repose sur une pédagogie de mise en situation réelle et de confrontation avec les acteurs du monde de l'image photographique.
- Diffuser sur plusieurs médias, passer de la photo à la vidéo, du procédé photographique au montage audiovisuel, saisir les opportunités des nouveaux outils et modes d'expression multimédias : tels sont les défis du photojournaliste aujourd'hui.
- L'accent est mis sur la pratique pour permettre à chacun de découvrir les différentes facettes de ce métier, et pour explorer les périmètres de la photographie de presse et de la photographie documentaire.
- Un accompagnement personnalisé est apporté à chaque stagiaire pour qu'il trouve son propre chemin vers une pratique professionnelle.

responsable des publications numériques

- Site web, newsletter, Twitter, appli, site événementiel – la présence numérique est maintenant multiple.
- Déployer une stratégie efficace repose sur une capacité de conception fonctionnelle et sur l'alimentation méthodique de chaque publication. C'est la fonction du responsable des publications numériques. Il lui incombe d'adopter une démarche de conception centrée utilisateur et d'améliorer la qualité et les performances des interfaces.
- Il doit savoir argumenter et présenter une proposition de création d'une publication numérique, et bien sûr, mener une veille sur les technologies émergentes, les points d'entrée, les précautions à prendre.

journaliste multimédia

devenir un journaliste complet maîtrisant l'écrit, la vidéo et la photo, prêt à exercer dans un journal ou une rédaction numérique

1155 h

dont 910 h au centre et 245 h en entreprise.

compétences visées

- maîtriser les fondamentaux du métier de journaliste pour exercer dans un journal papier ou un média en ligne.
- prendre en main les outils du journaliste multimédia (photo, vidéo, son, infographie).
- s'exercer aux différents genres et formats journalistiques.
- travailler dans une équipe pluridisciplinaire pour concevoir des formats journalistiques originaux.

programme

Appréhender l'environnement actuel des médias

Connaître les principaux médias et leurs spécificités en France et à l'étranger.
Comprendre et appréhender les enjeux de la transition des médias au numérique.
Mettre en place une veille numérique pour suivre l'évolution du secteur et du métier.
Connaître le droit de la presse et la déontologie des journalistes.
Découvrir le métier à travers un cycle de conférences-ateliers animées par des journalistes professionnels.

Maîtriser les fondamentaux du journalisme

Trouver l'information : les sources physiques, documentaires, numériques, sur bases de données.
Apprendre à hiérarchiser et vérifier l'information.
Maîtriser les techniques d'écriture journalistique, travailler la langue, la stylistique et la grammaire.
S'exercer aux genres journalistiques traditionnels : actualité en flux, reportage, interview, portrait, enquête.
Connaître les bases du secrétariat de rédaction : relecture, correction, titraille, mise en forme et enrichissement de l'info.
Vendre ses piges : s'organiser, rédiger un synopsis, fixer un tarif, négocier avec une rédaction, mener des projets au long cours.

Acquérir les techniques du journalisme multimédia

S'initier à la photo, à la narration par l'image.
S'initier à la vidéo et à la prise de son, utiliser la caméra et le smartphone en reportage et en interview.
Monter une vidéo à l'aide d'un logiciel professionnel (Final Cut) et sur smartphone.
Habiller la photo et la vidéo avec du texte et des animations simples.
Développer son agilité numérique et maîtriser les usages journalistiques des principaux réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat).
Concevoir et alimenter un blog, des comptes sociaux, un média-école en ligne.
Apprendre les bases du code html.

S'exercer aux formats journalistiques des médias digitaux

Savoir s'adapter à différents formats journalistiques : ceux d'un journal, d'un site web, d'un réseau social ou d'une appli mobile.
Réaliser un *live* vidéo sur les réseaux sociaux
Acquérir les bases du datajournalisme, trouver des bases de données, les analyser et les mettre en forme visuellement.
Réaliser un long format multimédia alliant texte, photo, vidéo, son, infographie et autres éléments interactifs
Travailler dans une équipe pluridisciplinaire (avec des graphistes, développeurs, secrétaires de rédaction, vidéastes, photographes) pour travailler à des formats journalistiques originaux.

Stage pratique

Le stage pratique vise à intégrer une rédaction pendant sept semaines dans le but de se confronter à la réalité de la production d'information.

public

Deux publics sont privilégiés : toute personne ayant une bonne culture générale et, des qualités d'écriture et intéressée par les médias et l'actualité, quel que soit son parcours professionnel.
Et tout journaliste souhaitant formaliser ses acquis, développer des compétences en photo-vidéo et maîtriser les formats des nouveaux médias.

modalités d'admission

Test d'évaluation : questionnaires d'actualité, d'actualité des médias, de culture générale ; rédaction d'un sujet d'actualité ; reportage.
Entretien de motivation avec deux membres de l'équipe pédagogique.
Des travaux complémentaires pourront être demandés au candidat afin de valider son admission.

matériel

Il est recommandé pour cette formation de s'équiper d'un smartphone sous système d'exploitation Android ou iOS (pas de Windows phone), équipé d'un grand écran dont la résolution est égale ou supérieure à 1080 pixels, avec au minimum 18 Go de mémoire.

méthode pédagogique

› Cours magistraux
› Mise en situation professionnelle : interviews, reportages, enquêtes en autonomie.
› Ateliers collaboratifs et pluridisciplinaires pour la réalisation de deux médias-école.
› Stage pratique au sein d'une rédaction (sept semaines).

évaluation

› Questionnaires de connaissance de l'actualité.
› Exercices corrigés par l'intervenant.
› Auto évaluation.
› Stage pratique évalué par le tuteur en entreprise (grille d'évaluation).

secrétaire de rédaction multimédia

affiner, vérifier, corriger
et mettre en scène l'information

1085 h

dont 910 h au centre
et 175 h en entreprise

compétences visées

- connaître l'environnement journalistique du secrétaire de rédaction multimédia.
- appréhender la fonction éditoriale bimédia et son rôle pivot au sein des rédactions.
- maîtriser les fondamentaux du métier : écrire, réécrire, réviser, corriger, éditer.
- utiliser le logiciel InDesign.
- mener des projets print et web : éditer pour les différents formats de presse (papier et numérique).

programme

Appréhender l'environnement du métier de journaliste

Découvrir l'histoire de la presse écrite et le paysage actuel des médias : les acteurs, les groupes, les grands principes économiques.

Approfondir sa culture du Web.

Communication et information

Identifier les points communs et les divergences entre information et communication. Comprendre la place du récepteur dans les deux univers.

Connaître le droit et l'éthique de la presse, la législation du travail pour les journalistes (salariés ou pigistes).

Maîtriser les bases de l'écriture journalistique

Trouver et vérifier l'information.

Identifier les sources journalistiques.

Organiser sa recherche de façon traditionnelle, sur Internet et sur les réseaux sociaux.

Recouper ses sources.

Assurer le travail de desk :

brèves, filets, comptes rendus.

Rédiger un article factuel : le message essentiel,

l'attaque et la chute. Réaliser un reportage, un portrait.

Mener une interview.

Écrire pour être lu. Mettre la langue française et le style au service du texte.

Améliorer ses compétences en vocabulaire, grammaire et syntaxe.

Apprendre à rédiger des synopsis pour vendre ses sujets.

Apprendre les fonctions du secrétaire de rédaction

Découvrir le circuit de la copie

Maîtriser les niveaux de lecture et la hiérarchie de l'information. Comprendre le cheminement du texte, le rapport texte-images.

Mettre en valeur l'information par la titraille

surtitre, titre, chapô, intertitre, relance, accroche, légende.

Retravailler le texte en respectant la ligne éditoriale du support et le style du rédacteur.

Traiter les réductions et les ajouts de texte.

Concevoir des encadrés, rédiger des compléments d'information.

Maîtriser les protocoles de relecture et de vérification des informations, les méthodes de correction, le code typographique et les outils de vérification ortho-typographique.

Relire pour le Web. Vérifier les contenus multimédias.

Découvrir le logiciel InDesign et maîtriser ses principales fonctions.

Concevoir une maquette de presse. Gabarits, mise en page, feuilles de style.

Identifier le processus de fabrication :

chemin de fer, PDF, impression.

Acquérir la culture du Web

Parler le Web

Utiliser les réseaux sociaux comme outils professionnels. Twitter, outils de veille, de ressources, de diffusion, d'engagement et de notoriété.

Réaliser un live tweet.

Découvrir les applications adaptées.

Créer et animer une page Facebook. S'initier au community management.

Acquérir les clés du datajournalisme

Trouver des données, les sélectionner et les organiser en utilisant un tableur et des outils en ligne.

Construire une infographie interactive.

Écrire pour le Web

Éditer le texte pour le Web : référencement, mots-clés, liens, tags.

Adapter un texte print pour le Web.

Organiser l'articulation entre les différents supports.

Concevoir et scénariser l'information multimédia.

Piloter un flux d'information et gérer l'édition de l'information en live.

Pratiquer l'édition multimédia

Savoir exporter et mettre en ligne des contenus multimédias

Photo : découvrir le langage de l'image. Identifier les sources iconographiques. Gérer les données.

Éditer et légendier des photos.

Son : connaître les règles de la prise de son.

Vidéo : acquérir une culture vidéo.

Prendre en main un logiciel de montage.

Concevoir et éditer des **diaporamas**.

Tablettes : analyser les particularités de l'information. Appliquer les principes de narration et d'ergonomie.

Newsletter : choisir les contenus et les techniques d'écriture. Utiliser les outils de mise en page.

public

Toute personne préférant la formation pratique et continue à la formation initiale.

Tout professionnel ayant une pratique de la lecture, de l'écriture et de l'interprétation des textes (pigiste documentaliste traducteur rédacteur enseignant libraire...). Tout journaliste souhaitant formaliser ses acquis et/ou se spécialiser.

modalités d'admission

- › Tests écrits de positionnement.
- › Entretien de motivation avec deux membres de l'équipe pédagogique.
- › Des travaux complémentaires pourront être demandés au candidat afin de valider son admission.

méthode pédagogique

- › Cours magistral avec vidéo-projection de repérage.
- › Brainstorming en groupe sur un sujet précis, sous la conduite du formateur.
- › Ateliers collaboratifs à partir d'un corpus théorique acquis et d'une demande énoncée par l'intervenant.
- › Mises en situation professionnelles, individuelles et en groupe, permettant de théoriser une pratique.

évaluation

- › Correction à partir d'une grille des usages du métier.
- › Exercices en temps réel corrigés par l'intervenant.
- › Autoévaluation.
- › Production de textes mis en pages à soumettre et argumenter devant un jury de professionnels pour l'obtention du titre.

éditeur de livres imprimés et numériques

concevoir et produire des livres
imprimés et numériques

1085 h
dont 805 h au centre
et 280 h en entreprise

compétences visées

- élaborer des concepts d'ouvrages sur tous secteurs éditoriaux en maîtrisant les enjeux budgétaires.
- coordonner la production de livres en dirigeant et en validant le travail des auteurs et de l'ensemble des prestataires.
- acquérir les compétences de base des professionnels en interaction avec un éditeur : graphistes, iconographes, correcteurs, fabricants.
- connaître les techniques récentes de commercialisation et de promotion ainsi que les réseaux de diffusion et de distribution.
- concevoir et produire des livres numériques en maîtrisant les enjeux et les outils techniques.

programme

Concevoir des livres imprimés

Découvrir la culture du secteur de l'édition

Connaître le marché du livre et les différents secteurs éditoriaux, les acteurs du livre et les pratiques de lecture.

Concevoir un projet éditorial

Déterminer les éléments d'un projet éditorial. Élaborer des concepts. Monter des projets de livres.

Connaître le droit de l'édition

Découvrir le Code de la propriété intellectuelle et la notion de droit d'auteur, le droit de l'image et les principaux contrats.

Produire des livres imprimés

Établir le budget d'un livre et construire des comptes d'exploitation

Déterminer les différents postes de coût. Établir des budgets prévisionnels et des comptes d'exploitation. Rechercher des financements.

Coordonner la production d'un livre

Organiser les étapes de production. Diriger et valider le travail des auteurs et de l'ensemble des prestataires. Gérer un planning.

Maîtriser les techniques et les outils de l'écrit

Lire et annoter un manuscrit. Réécrire un texte. Préparer une copie et corriger des épreuves successives.

Maîtriser les outils et les bases du graphisme et de l'iconographie

Connaître InDesign et les bases de Photoshop. Concevoir et analyser une maquette. Maîtriser les bases du métier d'iconographe.

Imprimer et fabriquer des livres

Connaître le panorama des techniques d'impression. Choisir un papier et les différents types de façonnage. Demander, analyser et négocier des devis.

Promouvoir et commercialiser des livres imprimés

Commercialiser des livres

Connaître les réseaux de diffusion et de distribution. Développer des argumentaires de vente. Élaborer un plan marketing. Monter des coéditions internationales et vendre des droits à l'étranger.

Promouvoir des livres

Élaborer un plan de communication. Gérer les relations avec les médias.

Concevoir des livres numériques

Définir un concept éditorial et concevoir la scénarisation d'un ouvrage. Connaître les enjeux techniques et évaluer la faisabilité d'un projet. Choisir les formats de publication, les supports et les enrichissements possibles. Évaluer la faisabilité financière.

Produire des livres numériques

Assurer la réalisation éditoriale d'un livre numérique

Connaître les bases du HTML et du CSS. Produire un livre numérique sous format ePub. Préparer le fichier numérique d'un livre. Assurer le contrôle qualité d'un livre remis par un fabricant.

Gérer un projet de livre numérique avec différents prestataires

Argumenter ses choix de prestataires et coordonner leur travail.

Gérer les droits d'auteur et appliquer les normes d'identification des livres

Promouvoir et commercialiser des livres avec des outils numériques

Organiser une veille efficace sur Internet et les réseaux sociaux

Connaître les outils (sites spécialisés, blogs, newsletters, réseaux sociaux), leurs avantages et leurs inconvénients, leurs modalités d'utilisation.

Appréhender le webmarketing

Connaître les tendances du marketing digital, l'importance des métadonnées, les différents canaux de vente.

Élaborer une stratégie digitale de communication

Élaborer sa stratégie digitale, connaître les différents canaux.

Module optionnel

Un module optionnel de trois semaines à choisir parmi la liste suivante : « Écrire, réécrire et corriger » ; « Les langages de l'image animée - Motion design » ; « Reportage Grand format-multimédia » ; « Concevoir et réaliser une revue numérique », etc.

Stage pratique

Un stage pratique de huit semaines est effectué dans une maison d'édition : jeunesse, beaux livres, littérature, BD, guides pratiques, scolaires et parascolaires, sciences humaines, etc.

public

Toute personne possédant une bonne culture générale, une excellente maîtrise de la langue française, une aptitude aux outils informatiques et au travail en équipe, ainsi que des qualités certaines en termes d'organisation du travail.

modalités d'admission

Des tests écrits permettent de cerner la culture générale du candidat, sa connaissance du secteur de l'édition, son aptitude à y travailler. Lors d'un entretien avec deux responsables pédagogiques, la pertinence du projet de chaque candidat est évaluée.

méthode pédagogique

Des cours magistraux intégrant de nombreux exercices. Des mises en situation professionnelles sous forme d'ateliers de production : production de quatre recueils de nouvelles, réalisation de livres avec la filière Graphisme, etc.

évaluation

Un projet de livre imprimé et un projet de livre numérique, faisant l'objet de deux mémoires écrits, à soutenir devant un jury d'éditeurs. Des exercices en temps limité, corrigés par l'intervenant.



[certifiant]

Ce parcours est enregistré au Répertoire national des certifications professionnelles (niveau II).

Le parcours « Éditeur de livres imprimés et numériques » intègre le certificat de qualification professionnelle « Éditeur numérique » Codes CPF : 139752 (liste CPNE Édition) et 162693 (liste Copanef).

graphiste plurimédia, information et communication

former des graphistes généralistes aptes à s'insérer dans des process de création pluridisciplinaire

1155 h
dont 910 h au centre
et 245 h en entreprise

compétences visées

- mettre en œuvre des modes d'expression graphiques et typographiques et leur prolongement technologique dans les systèmes bimédias interactifs.
- appréhender les champs de la communication, de l'information et de l'édition.
- associer à des mises en situation pratiques l'étude théorique des relations texte-image et la fonction des signes.
- posséder les codes esthétiques adaptés à chaque émetteur afin de faciliter la circulation du sens.

programme

Concevoir graphiquement des supports d'information et de communication bimédia

Analyser un besoin. Préconiser une intention. Façonner une idée

Maîtriser les principes de création bimédia pour les supports d'information et de communication print, Web, fixes et animés.

Concevoir et décliner des principes graphiques pour l'information et la communication.

Connaître et mieux utiliser la typographie

Exercer son regard. Apprendre les règles de la typographie : histoire de la lettre, classification, choix et impact, harmonie et contraste, rythme pour une publication.

Passer de la création d'image au graphisme

Adopter une démarche exploratoire pour créer la meilleure réponse graphique à un besoin de communication à l'aide des outils de l'expression visuelle.

Appliquer les méthodes de conception graphique à une formule de presse

Acquérir les principes de mise en page, s'adapter à un projet rédactionnel, suivre le chemin de fer, élaborer la charte graphique, anticiper les déclinaisons.

Réaliser techniquement la production

Utiliser les outils du print

Mettre en page avec InDesign. Travailler les images fixes et animées pour le print et pour le Web avec Photoshop. Dessiner et faire des infographies et des pictogrammes avec Illustrator.

Faire le suivi de fabrication

Être informé du circuit de la chaîne de production et des formats d'impression. Dialoguer avec un imprimeur et avec les intervenants de la chaîne graphique.

Assimiler les outils numériques

Utiliser un éditeur HTML + CSS arborescence, story-board, cahier des charges. Structurer l'architecture de pages avec les CSS et les DIV. Adopter les comportements Javascript. Mettre en œuvre WordPress.

Concevoir graphiquement des supports d'information et de communication numérique

S'initier à l'UX/UI design

Adopter une démarche de conception centrée utilisateur. Connaître et appliquer les méthodes de l'UX design.

Améliorer la qualité et la performance des interfaces.

Se former au webdesign

Étudier les fondamentaux de la production web : culture, conception et méthode, enjeux et fonctionnalités. Concevoir graphiquement en mode multisupport. Appréhender toutes les étapes de développement d'un projet web, de l'idée à la diffusion.

Se spécialiser en design audiovisuel, en datadesign

Motion design : langage de l'image animée

Concevoir et réaliser un objet graphique animé. Scénariser un récit. Utiliser des outils créatifs d'animation. Appréhender les liens et les interactions du son avec les images. Intégrer la notion d'habillage de générique en respectant une charte graphique.

Vidéo créative

Concevoir et réaliser un objet multimédia à partir d'un brief. Découvrir des outils créatifs d'animation. Appréhender les liens et les interactions du son avec les images. Se former à la manipulation d'un logiciel de montage vidéo.

Datavisualisation : de la base de données à l'infographie

Récupérer, synthétiser et représenter des données sous forme de graphiques, de symboles, de pictogrammes, d'illustrations ou de cartographies. Scénariser ces données afin de créer une visualisation fixe et/ou interactive.

Réaliser des supports plurimédias

Print

Créer et réaliser une formule de presse print et web. Travailler avec tous les acteurs au rythme d'une rédaction de presse bimédia.

Web

Concevoir la structure graphique d'un support numérique : structurer l'information ; scénariser le contenu, faciliter le repérage ; penser l'interactivité.

Présenter et diffuser ses productions

Structurer les travaux réalisés pendant la formation. Préparer son book et son argumentaire pour un employeur, un client.

Mise en pratique

Le stage pratique vise à intégrer un lieu de travail afin de se confronter à la réalité de la production pendant huit semaines.

public

Toute personne ayant une culture artistique, une curiosité pour le signe, la forme, l'image, la typographie, et désirant acquérir les connaissances théoriques et techniques du métier de graphiste.

modalités d'admission

Des tests écrits permettent de cerner la culture générale et la culture visuelle du candidat, sa connaissance du métier, son aptitude à l'exercer et la pertinence de son projet professionnel. Lors d'un entretien avec deux responsables pédagogiques qui évaluent la cohérence du projet professionnel, un cursus est élaboré pour que chaque candidat puisse se projeter dans une évolution à long terme.

méthode pédagogique

Ateliers à partir d'un corpus théorique d'acquis qui répondent à une demande énoncée par l'intervenant. Mises en situation professionnelles individuelles ou en groupes qui permettent, en partant de la pratique, d'aller vers la théorie.

évaluation

Travaux réalisés en temps réel, corrigés par l'intervenant. Présentation des travaux réalisés pendant la formation devant un jury de professionnels pour l'obtention du titre.

journaliste vidéo

gérer tous les aspects de la production en tant que journaliste, cameraman et monteur

714 h
dont 532 h au centre
et 182 h en entreprise

compétences visées

- coordonner l'ensemble de la production audiovisuelle.
- produire et réaliser un projet vidéo pour les médias audiovisuels, le web et les réseaux sociaux.
- construire plusieurs sujets vidéo (reportage, magazine, etc.).
- choisir ses éclairages.
- connaître le matériel nécessaire au tournage.
- adopter les techniques de l'interview.
- s'approprier les outils du montage virtuel.
- s'initier aux outils de la vidéo créative.

programme

Réaliser de la vidéo pour le Web

La prise de vue vidéo et la prise en main de la caméra. Le repérage, l'interview et la prise de son. Réaliser un plan de tournage pour prévoir et optimiser le montage. Connaître le matériel nécessaire au tournage. La prise de son en vidéo : choisir son matériel en fonction du sujet et de ses difficultés. Techniques de l'interview : le timing technique. Le questionnement. Les différents dispositifs.

Traiter la lumière, le cadrage et les mouvements de caméra

Améliorer sa pratique en domestiquant les mouvements de caméra. Maîtriser les bases de l'éclairage pour l'interview et apprendre à choisir son matériel. Comprendre et travailler la lumière. Comment éclairer un personnage.

S'approprier les bases du montage virtuel

Prise en main d'un logiciel (Final Cut Pro X ou Premiere Pro CC). Comment raconter son histoire ? Écriture du plan de montage. Installer un commentaire sur images. Le rapport texte/image. Écrire pour être entendu. La voix et le timing. Travailler son élocution. Être convaincant.

public

Journalistes, photographes salariés et indépendants ou personnes en recherche d'emploi ayant une curiosité pour l'audiovisuel.

modalités d'admission

Des tests écrits permettent de cerner la culture générale et la culture visuelle du candidat. Ils sont suivis d'un entretien individuel.

matériel

Caméra Canon XF 100, 105, GoPro, XA 10. Appareil photo Canon et Panasonic GH4, Sony Alpha7s. Caméras épaulées Sony et Panasonic. Pour la prise de son : micros HF, micros mains, micros canons, micros cravates filaires (Sennheiser, Lem, AKG, Røde, Audio Technica). Matériel pour l'éclairage. Un poste de montage par stagiaire avec les dernières versions de Final Cut Pro X, Motion, Premiere Pro CC, After Effects, Photoshop, Audition, Prelude, Speedgrade... Il est recommandé de se doter d'un casque audio et d'un disque dur pour conserver et transporter ses projets.

méthode pédagogique

- › Cours magistral avec une vidéoprojection de soutien.
- › Brainstorming en grand ou en petits groupes, sur un sujet précis, dont la synthèse est guidée par le formateur.
- › Ateliers collaboratifs à partir d'un corpus théorique acquis et d'une demande énoncée par l'intervenant.
- › Mises en situation professionnelles individuelles et en petits groupes.

évaluation

Présentation de chaque projet individuel devant le groupe, qui réagit en tant que spectateur critique. Les corrections sont faites directement en temps réel par l'intervenant.

Filmer avec un reflex

Les spécificités des modes et menus appliqués au tournage vidéo avec un reflex. S'initier à la prise de vue vidéo, maîtriser les réglages de base, le choix des optiques, la captation du son et les accessoires spécifiques à ces nouveaux outils (stabilisation, viseur, filtres).

Se perfectionner au montage (FCPX, Premiere CC et DaVinci Resolve)

Logique et astuces du montage. Les effets, les transitions, la musique, les commentaires, le montage du son, l'habillage. Effets, fusion des pistes et transitions. Description de la palette d'effets. Initiation à l'étalonnage et au titrage. S'initier à l'étalonnage pour finaliser son montage avec DaVinci Resolve.

Parler devant la caméra

Apprendre à poser sa voix et à gérer son stress. Améliorer son élocution à partir de textes rédigés par les stagiaires. Se mettre en situation de terrain face à la caméra. Préparer son intervention.

Workshop : réaliser une émission de 52 minutes dans des conditions réelles

Comprendre les enjeux d'une émission de télévision et la produire avec des moyens légers dans les conditions du direct, en interaction avec les réseaux sociaux, dans le cadre d'un workshop dédié. Réaliser et monter les sujets de reportage dans le respect du conducteur.

Utiliser After Effects, Photoshop et Motion, les outils créatifs pour l'animation et la vidéo

Réaliser une animation et un générique en utilisant Photoshop, Motion et After Effects pour enrichir ses productions vidéo.

Préparer la diffusion pour le Web : la compression ou l'encodage

Principes techniques, codecs et formats. Téléchargement progressif et streaming. Maîtriser la diffusion (y compris le direct, ou live) sur le Web et les réseaux sociaux.

Participer à un atelier d'écriture documentaire

Réalisation d'un synopsis et d'une note d'intention. Rencontres avec un producteur et un réalisateur. Panorama de la production, analyse des dossiers de financement type CNC.

S'initier à la vidéo créative

Mener une réflexion sur la mise en scène de l'image pour le Web et sa scénarisation. Découvrir des outils créatifs d'animation des images (Photoshop et Motion). Appréhender les liens et interactions du son avec les images.

Mise en pratique

Le stage pratique vise à s'immerger pendant cinq semaines dans une société de presse en ligne, de production audiovisuelle, une télévision, un département de communication, une ONG, etc.

photo-journalisme

être photographe, être journaliste :
être photojournaliste

924 h
749 h au centre,
175 h en entreprise

compétences visées

- explorer les périmètres de la photographie de presse (actualité, quotidien et magazine) et de la photographie documentaire.
- se confronter à la réalité du terrain et des contraintes de production réelle.
- développer son regard et affirmer une écriture photographique personnelle.
- rencontrer des acteurs du monde de la photo (photographes, iconographes, chef de service photo, directeurs de festival, éditeurs, sémiologues...).
- concevoir et suivre un projet photographique de l'écriture jusqu'à sa diffusion en tenant compte des différentes temporalités d'un projet.
- appréhender les nouveaux outils du multimédia et des réseaux sociaux en prenant en compte la réalité financière du secteur.

programme

Éditer son travail, réaliser la post-production, connaître l'environnement et le marché de la photographie, concevoir et mener un projet photographique

Appréhender les acteurs et les méthodes.
Décrypter l'économie de la photo, les évolutions sectorielles, la législation (droit et statuts), la place du photographe.
Rencontrer les donneurs d'ordre: iconographes, acheteurs d'art...
Connaître les fondamentaux du journalisme.
Identifier et pratiquer les différents genres journalistiques et la hiérarchie de l'information: l'interview, le portrait, l'enquête.
Sourcer et angler.
Comprendre la ligne éditoriale et la relation texte-image.
Lire et interpréter une image.
Rédiger une légende selon la cible.
Respecter la déontologie et le droit à l'image.
Comprendre les métadonnées.
Faire sa revue de presse.

Angler et rédiger son sujet
Trouver son angle journalistique et son angle de production.
Rédiger un synopsis. Identifier les clients.
Travailler seul et/ou avec un journaliste.
Tarifier ses productions. Anticiper les risques éditoriaux et légaux.
Photographier en situation d'actualité quotidienne (manifestations, événements, marronniers).
Présenter et diffuser ses productions.
Établir une stratégie de diffusion à travers les réseaux sociaux, le site web, le blog. Vendre et revendre.
Décrypter un contrat de distribution.
Soumissionner à un appel d'offres.
Savoir parler de son travail.
Créer et adapter son book selon la cible et les supports numériques. Identifier les prescripteurs.

Produire en équipe pluridisciplinaire pour le print et le Web

Assumer la position de photographe pour une rédaction interne d'un site web de flux d'actualités et répondre aux commandes des rédacteurs.
Illustrer en production quotidienne des papiers courts de type Web.
Produire en équipe pour le print.
Participer à la rédaction et à la ligne éditoriale d'un support print d'information. Produire des images de reportage ou d'illustration dans un flux de rédaction hebdomadaire.

Réaliser les prises de vue, les prises de son et gérer la post-production d'une séquence vidéo

Filmer avec un reflex numérique.
S'initier à la prise de vue HD. Comprendre les fondamentaux de l'image numérique HD et des modes de prise de vue. Gérer la prise de son et la température de couleur. Déruher, monter et exporter.
Éditer et monter avec Final Cut Pro X.

Se former au reportage grand format multimédia, à la vidéo créative

Réaliser de A à Z un reportage multimédia et exporter sur le Web. Capturer et traiter le son. Monter l'audio et la vidéo. Produire des sujets courts formats web.
Produire en équipe pour le Web.
Créer et produire en collectif photographique.
Définir entre photojournalistes un projet photographique (sujet, angle, mode de production), concevoir collectivement une production photographique et en assurer la promotion et la diffusion.

Mise en pratique

Le stage pratique vise à intégrer pendant cinq semaines un lieu de travail afin de se confronter à la réalité de la production et de la diffusion.

public

Toute personne ayant un réel intérêt et une curiosité pour l'information et l'iconographie et une pratique régulière de la photographie.

modalités d'admission

Des tests écrits permettent de cerner la culture générale, journalistique, photographique et technique du candidat via des questionnaires à choix multiples ou des commentaires d'images. Un reportage photographique au thème imposé sera à rendre dans un délai de trois semaines. À l'issue de ces évaluations, le candidat admissible sera reçu par le responsable de la formation et le directeur de l'école pour un entretien qui fixera la pertinence du projet professionnel.

méthode pédagogique

- › Cours magistral, conférences.
- › Cours en ligne, e-learning.
- › Brainstorming en grands ou en petits groupes sur un sujet précis dont la synthèse est guidée par le formateur.
- › Accompagnement professionnel par un coach – certifié.
- › Ateliers collaboratifs à partir d'un corpus théorique acquis et d'une demande énoncée par l'intervenant.
- › Pédagogie active par projet cad: des mises en situation professionnelles, individuelles et en groupes, permettent, en partant de la pratique, d'aller vers la théorie.

évaluation

- › Jury de fin de stage
- › Se présenter, présenter son travail, son itinéraire et sa démarche professionnelle à un auditoire.



responsable de communication de l'économie sociale et solidaire

apprendre à gérer les différents types de communication d'une structure de l'ESS à l'interne et à l'externe dans un cadre éthique, stratégique et budgétaire propre à ce secteur

compétences visées

- savoir initier et développer des campagnes de communication à des fins institutionnelles dans le but de promouvoir une structure de l'économie sociale et solidaire.
- comprendre les mécanismes de sensibilisation pour les activer à des fins de plaidoyer.
- connaître les logiques et les méthodes de mobilisation des audiences, des militants et des bénévoles.
- maîtriser les prises de parole interne et externe à l'externe et parfois à l'interne.

programme

Introduction à l'économie sociale et solidaire

Introduction au digital

Les outils fondamentaux du communicant.

Introduction à la communication personnelle et à la prise de parole

Savoir exprimer ses convictions avec aisance et brio, apprendre à formaliser les messages essentiels de son organisation ou de son collectif.

Introduction à l'ESS

Histoire, acteurs, enjeux, débats, contradictions et perspectives de l'ESS.

Introduction à la communication de l'ESS

Introduction aux techniques de la communication responsable, institutionnelle, au marketing et au développement, au plaidoyer et à la mobilisation.

Pratique de la communication digitale

Pratique digitale

Intégrer un module immersif sur le hacking, le webmastering et le community management. Savoir écrire pour le Web et réaliser un long format.

Maîtriser les réseaux sociaux

Linkedin, fFacebook, Twitter, Instagram, Scoopit, Periscope, Snapchat, Youtube, Dailymotion, Google...

Les outils du Web

Savoir écrire pour le Web, concevoir un long format et créer du contenu pour être lu, maîtriser Wordpress. Maîtriser la chaîne de l'information sur internet et les particularités du Web information en flux, actualisation, scénarisation, écriture et édition multimédia. Savoir apporter à l'information des contenus multimédias pertinents. Apprendre le contenu de marque. Savoir créer et mettre en œuvre un blog, le faire vivre et lui assurer un bon référencement et faire un community management efficace.

L'image et le montage

Comprendre et maîtriser les fondamentaux de la photo et de l'iconographie, de la vidéo et du multimédia. Comprendre le montage et le rapport texte/image. Apprendre à poser sa voix sur différents sujets. entraînement et média training. Parler devant la caméra, développer son aisance à l'oral, faire des interviews, mieux communiquer avec les médias.

Les outils de PAO

Comprendre et maîtriser les fondamentaux du graphisme et de la réalisation sur Acrobat, Photoshop et InDesign. Concevoir et organiser un événement responsable, acheter responsable et mieux gérer ses relations fournisseurs et son reporting de projets.

Le stratégie de communication et les enjeux du planning stratégique

Analyses stratégiques et planning

Les fondamentaux de la sémiologie et de la sociologie, les études et les benchmarks, apprivoiser la prospective et les notions d'éthique et de responsabilité, élaborer une stratégie de communication cohérente et écoresponsable.

Stratégie de mobilisation

Construire une stratégie de mobilisation et d'implémentation. Apprendre à élaborer des pratiques collaboratives autour d'un projet.

Stratégie de création:

Bâtir une stratégie de création, développer son jugement créatif. Connaître et comprendre les enjeux de la créativité et de l'innovation dans l'ESS.

Stratégie médias

Penser l'économie des médias et apprendre à élaborer une stratégie médias et des relations presse. Savoir établir un plan média, réaliser un communiqué de presse, gérer sa veille média.

Chantier école

Conception et réalisation d'un projet en situation réelle de production.

Mise en pratique

Le stage pratique permet pendant de cinq semaines, de s'intégrer dans une structure de l'ESS ou une collectivité territoriale, une ONG ou assimilée.

public

Bénévoles, administrateurs, coopérateurs, initiateurs de projet social et solidaire, salariés entrant et découvrant une structure de l'économie sociale et solidaire ou voulant exercer des responsabilités à la communication et ou au marketing. Chargé(es) de communication.

modalités d'admission

Test écrit et entretien individuel.

méthode pédagogique

- › Cours magistral.
- › Brainstorming en grand ou en petit groupe sur un sujet précis dont la synthèse est guidée par le formateur.
- › Accompagnement professionnel par un coach – certifié.
- › Ateliers collaboratifs à partir d'un corpus théorique acquis et d'une demande énoncée par l'intervenant.
- › Mises en situation professionnelles individuelles et en groupes permettent, en partant de la pratique, d'aller vers la théorie.

évaluation

- › Mises en situation professionnelles en temps limité et correction à partir d'une grille spécifique.
- › Correction à partir d'une grille des usages du métier.
- › Exercices en temps réel corrigés par l'intervenant.
- › Rédaction d'une note d'intention, d'une préconisation.
- › Autoévaluation.
- › Validation du parcours et du stage par un bilan de stage devant un jury ad hoc.

responsable des publications numériques

installer et développer les offres
d'informations sur les différents
canaux numériques

623 h
455 h au centre
et 168h en entreprise

compétences visées

- assurer des services d'informations sur les différents canaux numériques.
- appréhender le bouleversement de perspective qu'a produit le numérique dans la manière d'informer et dans la relation aux publics. Savoir définir une offre.
- apprendre à coordonner la production des sujets pour les différents canaux de diffusion.
- articuler les publications de façon cohérente afin de construire son audience.

programme

Connaître les fondements de l'Internet et du numérique

Appréhender les technologies sous-jacentes à certains services courants ou novateurs.
Choisir un hébergement, installer et paramétrer un CMS.
Saisir les ruptures de la culture digitale.
Mener une veille sur les technologies émergentes, les points d'entrée, les précautions à prendre.
Savoir optimiser le référencement naturel d'un site. Production des contenus et outils.
Les modes de mise en avant des applis sur les stores.

Concevoir les publications numériques

Auditer l'existant. Mener une démarche d'UX design.
Positionner une publication numérique.
Rédiger un cahier de conception
Mener l'analyse éditoriale, technique et ergonomique méthodique d'un site.
Identifier les particularités de chaque support : fixe, mobile, personnel, professionnel...
Savoir argumenter et présenter la proposition de création d'une publication numérique.

public

Professionnels de la presse, de l'édition ou de la communication disposant d'une expérience d'une dizaine d'années. Une pratique fluide, des outils numériques de communication est nécessaire. Une expérience de pilotage de projet est appréciée. Une culture générale et une veille active sur les évolutions numériques, aussi bien techniques que sociologiques, facilitent ce parcours.

modalités d'admission

Un test d'une demi-journée permet de situer les connaissances du candidat au regard de la formation et de son projet.

méthode pédagogique

La formation associe des cours exposant les principes, méthodes et références et des mises en pratique.
Des documents et des cas d'étude sont à consulter avant certains cours, centrés sur la mise en application de leur contenu.
Le mémoire est un travail individuel accompagné par un professionnel qui cherche à améliorer les compétences et la performance du stagiaire dans le secteur auquel il se destine.

évaluation

Les travaux pratiques et les soutenances de projets sont évalués à partir des grilles correspondant à leur domaine. Évaluation croisée pour les exercices d'analyse et de conception. Le mémoire est évalué individuellement suivant 4 critères : analyse, problématique, méthode, rédaction.

Animer et piloter une publication

Planifier la publication des sujets. Définir la nature et le rythme de chaque publication.
Planifier le suivi d'un sujet (choix, équipe, moyens). Anticiper la vie de la publication.
Construire et intégrer les contributions des communautés.
Piloter des supports multiples : identifier les critères d'équilibre de chaque support et leur articulation, puis les mettre en œuvre.
Concevoir et réaliser un reporting.

Informier sur mobile, conception et maquette

Penser mobilité et support mobile.
Adapter informations et fonctionnalités à la lecture en mobilité.
Modéliser l'état du public (attente, posture, actions...).
Définir une offre pour le mobile.
Concevoir et réaliser une maquette.
Défendre son projet devant des professionnels.

Informier sur de multiples canaux numériques

Cerner les spécificités des différents réseaux sociaux et autres canaux de communication.
Adapter le traitement des informations.
Coordonner le rythme des publications.
Appliquer les enseignements à la couverture d'un événement prévu impromptu en utilisant plusieurs canaux (site titre, site événementiels, et fil Twitter).

Construire une offre d'ensemble

Recueillir les éléments entrant dans le choix d'une logique de publication numérique.
Élaborer une offre éditoriale multisupport, les phases de travail, les points de décision.
Soutenir une proposition de stratégie.
Projets-école.
Réorganiser la présence numérique d'un partenaire et élaborer une politique de communication numérique.

Mise en pratique

Rédaction d'un mémoire individuel d'état des lieux et de prospectives.

financer votre formation

de nombreux dispositifs peuvent vous permettre de financer vos frais de formation et de percevoir une rémunération pendant votre formation

salarié(e) d'une structure publique ou privée

- plan de formation
- congé individuel de formation (CIF)
- congé de formation professionnelle
- compte personnel de formation (CPF)
- période de professionnalisation

salarié(e) en cours de licenciement

- chèque reconversion
- compte personnel de formation (CPF)
- contrat de sécurisation professionnelle (CSP)

intérimaire

- congé individuel de formation (CIF)
- compte personnel de formation (CPF)

Demandeur(se) d'emploi ou jeune sans emploi ou en formation

- contrat de professionnalisation (formations en alternance)
- aides du conseil régional
- congé individuel de formation (CIF-CDD)
- compte personnel de formation (CPF)
- aide individuelle à la formation (AIF)
- indemnités chômage : demande de maintien
- Agepi : aide à la garde d'enfants

professionnel libéral, indépendant, chef d'entreprise, auteurs

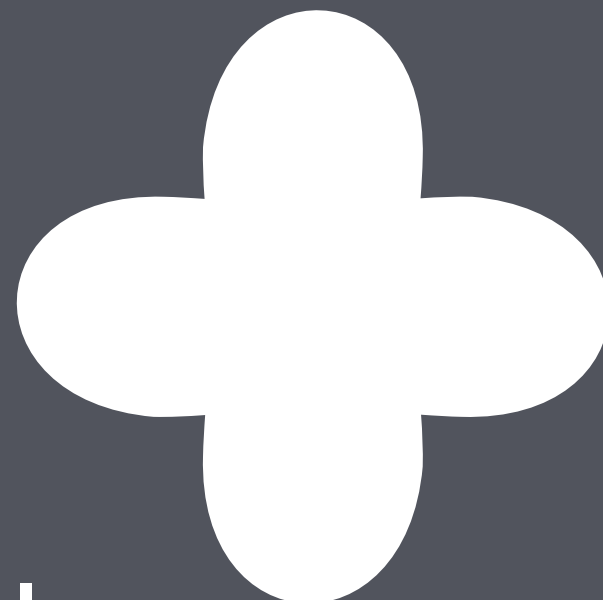
- OPCA
- Agefice (Association de gestion du financement de la formation des chefs d'entreprise)
- Crédits d'impôts
- Agessa, MDA

aides diverses

- Caisses de retraites

à l'émi, un interlocuteur est chargé de vous accompagner dans l'élaboration et le suivi de votre dossier de financement :

- *Salariés CDI et CDD*
Maryse Pradines
- *Demandeurs d'emploi et financements publics*
Élise Morvan
- *Contact entreprises*
Fidel Navamuel, Fabienne Regnaut



les modules longs

le journalisme multimédia

durée
126 h



public

Tout journaliste ou professionnel de l'information souhaitant formaliser ses acquis, développer des compétences en photo-vidéo et maîtriser les formats des nouveaux médias.

matériel

Il est recommandé pour cette formation de s'équiper d'un smartphone sous système d'exploitation Android ou iOS (pas de Windows phone) équipé d'un grand écran, dont la résolution est égale ou supérieure à 1080 pixels, avec au minimum 18 Go de mémoire.

filières de référence
journalisme multimédia

compétences visées

- ♦ savoir produire et mettre en scène de l'information pour des médias papier ou en ligne.
- ♦ développer des compétences multimédias indispensables à la pratique du journalisme numérique, principalement en photo, vidéo, son.
- ♦ maîtriser les usages journalistiques des principaux réseaux sociaux.
- ♦ s'initier au datajournalisme: produire des contenus journalistiques à partir des bases de données (cartes, infographies).

programme

Développer son agilité web. Prise en main de la «boîte à outils» du journaliste numérique
Maîtriser les usages journalistiques de Twitter et Facebook. Veille, push d'info, e-réputation. Animation d'une page Facebook et analyse des statistiques.
Adapter son écriture au Web. Formats journalistiques, titraille, editing, liens hypertexte, intégration de photos, vidéos, référencement Google (SEO) et réseaux sociaux (SMO).
Pratiquer le datajournalisme. Trouver des données, les analyser dans un tableur, s'exercer à la mise en forme visuelle de l'info (cartographie, infographie).
Atelier reportage. Création d'articles multimédias enrichis, intégration dans un blog Wordpress privé
S'initier à la photo, à la narration par l'image.
S'exercer à la vidéo et à la prise de son.
Narration par l'image animée.
Optimiser l'usage de son smartphone pour exercer en mode «Mojo» (journalisme mobile): prise en main des applis et accessoires pour une utilisation professionnelle.
Atelier reportage photo-vidéo avec smartphone
Suivi de montage et habillage de vidéos à l'aide d'applications mobiles dédiées.
Réaliser un «live» vidéo sur les réseaux sociaux.
Clôture de la session par la réalisation d'un long format multimédia publié dans l'outil Atavist.

méthode pédagogique

- > Cours magistraux.
- > Mise en situation: interviews et reportages en autonomie.
- > Travail avec des outils professionnels en ligne proches de ceux utilisés dans les rédactions web.

modalités d'évaluation

- > Exercices en temps réel corrigés par l'intervenant.
- > Auto évaluation et correction croisée.

grand format multimédia

concevoir et produire un reportage grand format multimédia

durée
105 h

Éligible au CPF.
Codes CPF: 129407 (liste CPNE Presse et agences de presse), 131672 (liste Coparef), 128307 (liste CPNEF de l'audiovisuel), 145860 (liste Coparef).

Ce titre est également accessible par la Validation des acquis de l'expérience (VAE).

public

Journalistes, photographes, vidéastes et documentaristes souhaitant développer une compétence dans la production et la réalisation de reportages multimédias.

modalités d'admission

Un entretien préalable est réalisé avec un responsable pédagogique qui vérifie les prérequis du candidat.

filières de référence

journalisme
photojournalisme

compétences visées

- ♦ créer, produire et diffuser des sujets multimédias dans une équipe pluridisciplinaire et complémentaire.
- ♦ former, avec les participants une rédaction éphémère.
- ♦ vendre ses productions multimédias à des rédactions ou à des institutions.

programme

La place et la nature des récits multimédias sur le Web.

Produire une narration multimédia

Angle. Rythme. Travail d'enquête. Les formats narratifs. La place des récits multimédias sur le Web. Les niveaux d'interactivité. Les fonctions des visuels et du son dans un récit de type immersif (longform).

Sélectionner les médias

Quel média pour quelle histoire? Interview filmée ou pastille sonore, diaporama ou image plein écran... Les contraintes de taille, de poids et de format. Editing des travaux sonores, photos et vidéo.

Choisir les modes de traitement visuels

Définir le produit visuel pour enrichir le sujet. Titrailler et légendes.

Connaître les supports de diffusion et leurs contraintes techniques

Formats de diffusion, plateformes propriétaires. Exportation des projets et projets *embedded*. Compatibilité avec navigateurs et supports mobiles.

Travailler en équipe pluridisciplinaire

Savoir évaluer ses compétences. Rechercher la complémentarité. Répartir les tâches. Organiser le travail d'équipe.

Gérer un projet: le temps, les moyens, le contenu, la cible

Maîtriser l'agenda de production. Procéder au choix du sujet. La rédaction du synopsis. La recherche et la validation des sources. L'usage des outils collaboratifs. La définition des publics. Définir des supports de visualisation (site, blog, tablette, mobile).

Réaliser et produire

Production (tournage, interview, prise de son). Post-production des contenus éditoriaux et visuels. Rédaction et édition.

Promouvoir et commercialiser

La promotion de son sujet. Réseaux sociaux. Rédactions. Institutions.

méthode pédagogique

dont la synthèse est guidée par le formateur
> Mises en situation individuelle permettant la mise en pratique immédiate des acquisitions techniques.

modalités d'évaluation

> Présentation de chaque projet individuel devant le groupe, qui réagit en tant que spectateur critique.
> Auto-évaluation en fin de module.

écrire, réécrire et corriger

travailler un texte print ou web

durée
357 h

Bloc de compétences de la certification
Secrétaire de rédaction multimédia, enregistré au Répertoire national des certifications professionnelles (niveau II).
Éligible au CPF. Codes CPF 135447 (liste CPNE Édition), 145 881 (liste Coparef), 179332 (liste CPNE Presse et agences de presse) et 192354 (liste CPNEF audiovisuel).

public

Rédacteurs, secrétaires de rédaction, traducteurs, éditeurs, enseignants, etc. Intégration directe en perfectionnement: toute personne ayant déjà une pratique de la correction (secrétaire de rédaction, assistant(e) d'édition, etc.).

modalités d'admission

Tests écrits d'évaluation (culture générale – langue française) et entretien de motivation avec un responsable pédagogique.

filière de référence

édition

compétences visées

écrire, réécrire et corriger [les fondamentaux]

- ♦ améliorer sa maîtrise de la langue française.
- ♦ connaître les règles de typographie.
- ♦ relire et corriger un texte.
- ♦ savoir corriger une maquette sur InDesign.

écrire, réécrire et corriger [perfectionnement]

- ♦ travailler ses techniques de réécriture et d'écriture.
- ♦ s'initier au secrétariat de rédaction.
- ♦ développer sa rapidité.

programme

ÉCRIRE, RÉÉCRIRE ET CORRIGER (LES FONDAMENTAUX)

Maîtriser la langue française et l'orthographe

Améliorer ses compétences en vocabulaire, grammaire et syntaxe. Se servir efficacement des outils.

Connaître les règles de la typographie

Maîtriser le code typographique.

Le protocole de correction: les signes usuels.

Corriger un texte

Maîtriser l'ensemble des tâches du correcteur selon le texte, le contexte, le média et la demande.

Apprendre les bases du logiciel InDesign.

Corriger sur maquette jusqu'au bon à tirer.

Acquérir les techniques propres à l'édition et à la presse

Pratiquer la correction dans des contextes de production afin d'intégrer les contraintes des différents médias.

ÉCRIRE, RÉÉCRIRE ET CORRIGER (PERFECTIONNEMENT)

Améliorer son style

Choisir le mot juste, utiliser les principales figures de style, repérer le rythme des phrases, alterner les styles direct et indirect.

Réécrire un texte

Écrire sous contrainte, à la manière de, apprécier, reconnaître, respecter un style. Savoir enrichir un texte, le rendre plus attrayant, mieux construit. Effectuer rapidement des coupes et des ajouts.

Devenir un correcteur efficace

Acquérir rapidité et efficacité dans la relecture et la correction du texte print ou web. Initiation au logiciel Prolexis.

Acquérir des techniques d'écriture et d'editing

Écrire une brève, un filet, une synthèse, une quatrième de couverture, un communiqué de presse. Savoir compléter une interview, couper un texte, titrer et chapeauter, créer des accroches, des inters et des légendes.

Connaître le milieu professionnel

Apprendre à jauger les différentes pratiques de la correction selon le contexte.

méthode pédagogique

> Cours magistraux > Exercices en temps limité pour acquérir un rythme de plus en plus rapide
> Entraînement sur différents supports et contenus.

modalités d'évaluation

> Exercices en temps limité > QCM

éditeur numérique

concevoir et produire des livres numériques

durée
147 h

certificat de qualification professionnelle enregistré au RNCP
Codes CPF :
139752 (liste CPNE Édition)
et 162693 (liste Copanef).

compétences visées

- ◆ connaître le secteur de l'édition numérique.
- ◆ maîtriser la conception de livres numériques, les possibilités, les enjeux techniques, la faisabilité financière d'un projet.
- ◆ coordonner la réalisation d'un livre numérique et connaître les outils de production.
- ◆ gérer les questions juridiques.
- ◆ maîtriser les outils numériques de commercialisation et de promotion.

programme

CONCEVOIR DES LIVRES NUMÉRIQUES

Découvrir le paysage de l'édition numérique

Les différents types d'offres numériques. Le marché, les pratiques et les appareils de lecture, les écosystèmes, les acteurs et la chaîne du livre numérique.

Élaborer un projet de livre numérique

Définir un concept éditorial et concevoir la scénarisation d'un ouvrage. Les enjeux techniques et la faisabilité d'un projet. Les formats de publication, les supports et les enrichissements possibles. La faisabilité financière.

PRODUIRE DES LIVRES NUMÉRIQUES

Assurer la réalisation éditoriale

Fichier ePub. Les bases du XML, du HTML et des CSS. Produire un ebook simple au format ePub. Connaître la place d'InDesign dans le processus de production. La norme ePub3 et ses possibilités. Préparer et corriger le fichier numérique d'un livre. Assurer le contrôle qualité d'un livre remis par un fabricant.

Gérer un projet avec différents prestataires

Choisir des prestataires coordonner leur travail en maîtrisant les étapes de réalisation technique et le planning.

Gérer les droits d'auteur et appliquer les normes d'identification des livres.

Les enjeux juridiques des projets numériques. Établir des contrats d'édition numérique.

PROMOUVOIR ET COMMERCIALISER DES LIVRES AVEC DES OUTILS NUMÉRIQUES

Organiser une veille efficace sur Internet et les réseaux sociaux

Les outils (sites spécialisés, réseaux sociaux), leurs modalités d'utilisation.

Appréhender le webmarketing

Les tendances du marketing digital.

Élaborer et structurer les métadonnées d'un livre.

Élaborer une stratégie digitale de communication

méthode pédagogique

- > Cours magistraux intégrant de nombreux exercices
- > Atelier de production d'ePub
- > Brainstormings sur des problématiques du numérique

modalités d'évaluation

- > Un projet de livre numérique, faisant l'objet d'un mémoire écrit et d'une partie d'ePub, à soutenir devant un jury d'éditeurs.

public

Assistants d'édition et éditeurs confirmés, salariés ou freelance, travaillant pour l'édition de livres imprimés. Toute personne formée à l'édition (niveau BTS, licence professionnelle, master).

modalités d'admission

Un entretien avec la responsable de la filière Édition permet d'évaluer l'expérience éditoriale du candidat.

filère de référence

édition

webdesign

concevoir graphiquement des supports d'information et de communication numérique

durée
140 h

Module appartenant au parcours certifiant Graphiste plurimédias Information et Communication
Éligible au CPF
Code CPF :
19258 (liste COPANEF),
135207 (liste CPNE Édition),
145857 (liste COPAREF),
159451 (liste CPNE publicité & com)

compétences visées

- ◆ maîtriser les méthodes de conception du webdesign indispensables aux directeurs artistiques, aux graphistes et maquettistes de la communication et de la presse.
- ◆ acquérir la méthodologie nécessaire à la conception graphique de sites web.
- ◆ utiliser les outils de développement pour réaliser des sites et dialoguer avec les développeurs.

programme

Acquérir la méthodologie de conception avec l'UX et l'UI design

Panorama du Webdesign. Analyse de sites. Meilleurs usages.

Plan du site (architecture de l'information)

Sketch, zoning, wireframe et prototype.

Design Pattern. La loi de Fitts et de Hick.

Gestalt Théorie. Grille de composition.

Méthode Agile. Agir en responsive design.

Définition du responsive design.

Site dédié, application native et responsive design.

Site statique, liquide, adaptatif et responsive.

Philosophie (smartphone vs desktop, image, poids, typo, navigation, SEO).

Media Queries. Les points de rupture. Viewport.

Mobile first. Méthode du six to one.

Contraintes sur Photoshop d'une maquette en webdesign.

Grille fixe et fluide.

Pratiquer les outils du webdesign

Éditeur html et CSS.

Architecture de pages avec Div et CSS.

Construction des gabarits d'un blog.

Comportements Javascript.

Adopter la logique Wordpress

Paramétrage du blog: le profil; la visibilité; les catégories.

Utilisation de l'espace privé: les articles et les pages; les utilisateurs; les médias; les mots-clés.

Maîtriser le design d'un CMS

Les étapes de la création de la maquette.

L'intégration HTML/CSS.

Rendre les pages dynamiques en en faisant un thème Wordpress.

Choix d'un thème et des extensions.

Réalisation du site de type blog: à l'aide de HTML, CSS et PHP.

Le téléchargement; les bases de données; le placement en FTP sur un serveur; l'installation.

La personnalisation graphique avec HTML et CSS.

méthode pédagogique

- > Cours magistral avec vidéo-projection
- > Brainstorming en petits groupes sur un sujet précis dont la synthèse est guidée par le formateur.
- > Mise en situation professionnelle individuelle et en groupes permettant d'aller vers la théorie, en partant de la pratique.

modalités d'évaluation

- > Présentation du projet réalisé pendant le module.
- > Autoévaluation.

public

Directeurs artistiques, graphistes, illustrateurs, professionnels du Web.

modalités d'admission

Un entretien individuel avec le responsable de la filière permet de vérifier le positionnement et les prérequis du candidat: pratique des logiciels Photoshop et Illustrator, aisance avec les fondamentaux théoriques du graphisme.

filère de référence

graphisme

datavisualisation

de la base de données à l'infographie,
se spécialiser en datadesign

durée
105 h

Module appartenant au bloc de compétences « Se spécialiser en data-design »
Éligible au CPF
Code CPF: 19258 (liste Coparef), 135207 (liste CPNE Édition), 145857 (liste Coparef), 159451 (liste CPNE publicité & com)

compétences visées

- ♦ trouver des données, savoir les homogénéiser, les traiter et les exploiter à l'aide d'outils tableurs et de bases de données.
- ♦ intégrer les principes de la visualisation et les modes de représentation sous forme de graphiques, de symboles, de pictogrammes, d'illustrations ou de cartographies.
- ♦ scénariser ces données pour créer une visualisation fixe et/ou interactive.

programme

Connaître les pratiques de la datavisualisation (visualisation de données)

Adopter une approche pragmatique: les enjeux de la datavisualisation. Les étapes de travail. Les outils. Observations de cas.

Mise en situation sous forme d'ateliers (du brief au crayonné).

Traiter les données

Où trouver les données: les principes et les principales bases de données-ressources.

Comment les recueillir. Comment homogénéiser les données.

Les outils de scraping. Les pièges à éviter. Savoir présenter les données.

Utiliser les outils

Les tableurs: Excel (Microsoft), Calc (OpenOffice), Feuille de calcul (Google Docs). Comparatifs.

Les principales fonctions. Les usages avancés (fonction de tri, formules, etc.).

Exercices pratiques.

Choisir un principe de visualisation de données

Les différents modes de représentation et les différents types de graphiques: cartes, timelines, barres, histogrammes, nuages de points, etc.

Les choix de représentation.

Exercices pratiques.

Les principes de la scénarisation de l'information de données

Les douze principes de base de l'animation.

Le design d'interactivité.

La scénarisation de l'information de données (structure interne et relations extérieures).

Le datastorytelling. Argumenter son projet.

méthode pédagogique

> Mise en situation individuelle permettant la mise en pratique immédiate des acquisitions techniques.

modalités d'évaluation

> Présentation de chaque projet individuel assortie d'une note d'intention devant le groupe, qui réagit en tant que spectateur critique.

> Autoévaluation en fin de module.

public

Graphistes, journalistes, secrétaires de rédaction, éditeurs.

modalités d'admission

L'admission se fait sur entretien individuel réalisé par le responsable de la filière de référence.

filière de référence

graphisme

Motion design

les langages de l'image animée

se spécialiser en design graphique et audiovisuel

durée
105 h

Module appartenant au bloc de compétences « Se spécialiser en design graphique et audiovisuel »
Éligible au CPF
Code CPF: 19258 (liste Coparef), 135207 (liste CPNE Édition), 145857 (liste Coparef), 159451 (liste CPNE publicité & com)

compétences visées

- ♦ concevoir et réaliser un objet graphique en mouvement.
- ♦ scénariser un récit. Utiliser des outils créatifs d'animation.
- ♦ appréhender les liens et les interactions du son avec les images.
- ♦ intégrer la notion d'habillage de générique en respectant une charte graphique.

programme

Découvrir le paysage du motion design avec les conférences

Présentation du travail > d'un graphiste d'animation/motion designer > d'une agence en audiovisuelle pour le Web.

Intégrer la culture et la grammaire de l'image

Rappels des notions sémiologiques du signe et de l'image. De quoi sont faits les effets time-lapse, tilt-shift, slow-motion, cinématographe, stop-motion, gifs animés.

Scénariser, s'initier au montage

Comment raconter une histoire.

Le storyboard et le plan de montage.

Logique et astuces du montage. Initiation à l'étalonnage.

Pratiquer les outils

d'animation avec Motion et After Effects

Mise en place d'images-clés sur les différents paramètres de transformations. Utilisation des effets, des comportements et des filtres.

Création d'une animation dans un environnement 3D.

Création d'une ou de plusieurs caméras. Gestion de l'espace en trois dimensions.

Aperçu de la gestion des effets préprogrammés.

Utilisation des filtres de correction visuelle.

de montage avec Final Cut Pro X

Création d'un modèle pour Final Cut X avec zone de drop.

de création d'image avec Photoshop

Créer un gif animé à partir d'illustrations, de photographies et d'une séquence vidéo pour aboutir à la conception d'un cinématographe

Créer, produire et finaliser une animation

Importer des médias: vidéos, sons, images fixes, typographie, formes.

Monter son animation image par image à partir d'un scénarimage par des effets, des transitions, etc.

Respecter une charte graphique pour la conception d'un générique et/ou d'un habillage.

Prévoir la projection en public. Connaître les différents formats d'exportation pour la diffusion.

Préparer son argumentaire.

méthode pédagogique

> Cours magistraux avec vidéo-projections de soutien visuel.

> Mises en situation individuelle permettant la mise en pratique immédiates des acquisitions techniques

modalités d'évaluation

> présentation de chaque projet individuel devant le groupe qui agit en tant que spectateur critique.

> Les corrections sont faites directement en temps réel par l'intervenant.

public

Graphistes-auteurs, vidéastes, photographes, plasticiens.

modalités d'admission

L'admission se fait sur entretien individuel réalisé par le responsable de la filière de référence, ce qui permet de vérifier les prérequis suivants: maîtrise de l'usage des documents multicalque, des masques de fusion, des courbes de Bézier dans Photoshop.

filières de référence

graphisme
vidéo

la vidéo créative

se spécialiser en design graphique et audiovisuel

durée
105 h

module appartenant au bloc de compétences « Se spécialiser en design graphique et audiovisuel » de la Certification Graphisme bimédia.

Éligible au CPF
Code CPF : 19258 (liste Copanef), 135207 (liste CPNE Édition), 145857 (liste Coparef), 159451 (liste CPNE publicité & com).

public

Vidéastes, photographes, journalistes, graphistes-auteurs.

modalités d'admission

L'admission se fait sur entretien individuel, réalisé par le responsable de la filière de référence, ce qui permet de vérifier les prérequis et notamment l'utilisation de la caméra.

filières de référence

vidéo
graphisme

compétences visées

- ♦ montrer la diversité et l'innovation des objets audiovisuels et graphiques conçus pour la web-TV et la diffusion en ligne
- ♦ mener une réflexion sur la mise en scène de l'image pour le Web et sa scénarisation.
- ♦ découvrir des outils créatifs d'animation des images.
- ♦ appréhender les liens et interactions du son avec les images.

programme

S'entraîner à la gestion de la lumière, au cadrage et aux mouvements de caméra

Domestiquer les mouvements de caméra et les cadrages. Maîtriser les bases de l'éclairage et apprendre à choisir son matériel pour réaliser des mouvements.

> Apprendre à réaliser des panoramiques fluides avec : Les outils pour le travelling. Apprendre à combiner les mouvements par la sémantique de l'image et du cadrage.

Booster son inventivité en créant des dispositifs filmiques originaux, notamment pour l'interview.

> La lumière

Comment faire avec un, deux ou trois projecteurs, un éclairage qui donne du sens à son image.

Travailler avec des outils légers pour amener la lumière sur son tournage.

Scénariser et prendre en main les outils de montage

Le storyboard ou comment raconter son histoire.

La grammaire du montage. Logique et astuces du montage. Prise en main des logiciels : Final Cut Pro X; Motion (titres, animations, effets); Photoshop créatif (gifs animés).

Les outils créatifs de l'animation et de la vidéo

> L'animation sous Adobe Photoshop
Créer un gif animé à partir d'illustrations, de photographies et d'une séquence vidéo pour aboutir à la conception d'un cinémagraphe.

> Motion

Paramétrage du format vidéo. Principes de l'animation à partir d'images-clés. Import des rushes vidéo, photo et son. Créer une animation dans un environnement 3D
Création d'une ou de plusieurs caméras.

Export vers Final Cut X

Création d'un modèle pour Final Cut X avec zone de drop.

Produire et finaliser un objet multimédia

Prévoir la projection en public. Connaître les différents formats d'exportation pour la diffusion. Préparer son argumentaire.

méthode pédagogique

> Cours magistraux avec vidéo-projections en soutien visuel.

> Mise en situation individuelle permettant la mise en pratique immédiate des acquisitions techniques.

modalités d'évaluation

> Présentation de chaque projet individuel devant le groupe, qui réagit en tant que spectateur critique.

> Auto-évaluation en fin de module.

After Effects, Motion, Photoshop

s'approprier les outils créatifs pour la vidéo et l'animation

durée
70 h

public

Vidéastes, graphistes, photographes, journalistes.

filière de référence
vidéo

compétences visées

- ♦ se nourrir des tendances actuelles en vidéo et en motion design.
- ♦ réaliser une animation, un générique.
- ♦ préparer le travail pour l'animation.
- ♦ intégrer la typographie dans l'image.
- ♦ réaliser une animation, un générique.

programme

Aborder l'animation sous Adobe Photoshop

Du cinémagraphe au générique.

Comprendre les possibilités offertes par le logiciel.

Être à l'aise avec son interface et ses différents outils. Le cinémagraphe.

Créer une animation à partir d'illustrations, de photographies et d'une séquence vidéo pour aboutir à la conception d'un cinémagraphe

Acquérir une approche du générique

Enchaîner des séquences vidéos - Importer du son - Animer de la typographie - Travailler avec des effets.

Construire la scénarisation, soigner la narration et préparer le montage

Comment raconter son histoire.

Écriture du plan de montage.

Le storyboard.

La grammaire du montage.

Logique et astuces du montage.

Utiliser Motion

Présentation.

Paramétrage de l'interface. La logique de travail.

Description de la palette d'outils.

Création d'un projet Motion.

Utiliser les 10 outils indispensables d'After Effects

Création d'un projet After Effects.

Concevoir, produire et finaliser un objet multimédia

Production et présentation de son projet.

méthode pédagogique

> Cours magistral soutenu par une vidéo-projection de repères commentés afin de définir les champs d'application d'After Effects dans l'univers de l'animation graphique.

modalités d'évaluation

> Étude de cas : visionnage et analyse de projets utilisant différentes techniques.

> Mise en application directe par une animation réalisée pendant le module.

réaliser de la vidéo pour le Web

s'approprier les outils pour l'interview, le reportage et le montage vidéo

durée
126 h

public

Journalistes et photographes, chargés de communication, graphistes et tous ceux qui souhaitent faire un usage professionnel de la vidéo.

filière
de référence
vidéo

compétences visées

- ♦ réaliser des vidéos en maîtrisant à la fois les savoir-faire journalistique et technique.
- ♦ s'initier aux techniques de prise de vue, de montage et de diffusion sur le Web.
- ♦ apprendre à faire vivre l'information en la mettant en scène.
- ♦ maîtriser les logiciels de montage.

programme

Produire de la vidéo pour le Web

Le reportage vidéo: le travail de terrain, les pièges à éviter. Les fondamentaux de l'écriture vidéo.

Mener une interview vidéo

Les différents genres: questions-réponses, micro-trottoir, portrait, entretien; leurs objectifs et leurs contraintes.

Le tournage: la conduite de l'interview.

Comment être à l'aise et mettre en confiance.

Mettre en place un commentaire sur images

Poser sa voix, travailler son élocution, s'entraîner au mixage.

Exercices pratiques à partir de sujets montés.

Réaliser une prise de son

Les pièges à éviter. Matériel à utiliser en fonction des contraintes.

Installer l'éclairage, créer la lumière

Apprendre à utiliser la lumière, naturelle ou artificielle, et à composer avec elle.

S'initier aux logiciels de montage

Les logiciels de montage numérique Final Cut Pro X et Premiere Pro. Finaliser le montage, la post-production: titres, sous-titres. Génériques, musiques.

Intégrer la vidéo dans une page web: rédiger le texte de lancement de la vidéo.

Réaliser un reportage

L'art de faire vivre l'information et de raconter une histoire. Les sources. La préparation et les repérages.

méthode pédagogique

> Cours magistral soutenu par une vidéo-projection de repères commentés.

> Mise en situation réelle de production à partir d'un sujet choisi individuellement ou en petits groupes.

modalités d'évaluation

> Visionnage et analyse des projets par l'intervenant en fin de module.

écrire, produire, diffuser un documentaire

comprendre la spécificité et les enjeux de la narration documentaire

durée
70 h

public

Toute personne ayant un projet documentaire concret, souhaitant s'approprier la grammaire filmique, travailler son synopsis et ses intentions de réalisation et comprendre les enjeux de la production.

filière
de référence
vidéo

compétences visées

- ♦ définir la spécificité et les enjeux de la narration documentaire par rapport au reportage journalistique.
- ♦ comprendre les méthodes générales de conception d'un projet documentaire traditionnel ou interactif.
- ♦ faire basculer les participants de l'objectivité «supposée» du journaliste à la subjectivité «assumée».
- ♦ savoir rédiger un dossier de pré-production et transmettre ses intentions.
- ♦ appréhender les aspects artistiques du montage, et plus généralement de l'écriture documentaire.

programme

Analyser le genre documentaire

Décrypter les mécanismes qui permettent l'affirmation d'un point de vue dans le documentaire et les différences avec le reportage.

S'exercer à l'écriture d'un projet documentaire

Analyse de dossiers de films. Études de cas.

Décrire le synopsis et la note de réalisation

De l'idée au sujet: quelles informations, quels personnages? Quel est le dispositif de tournage envisagé? Quelles situations filmiques, ambiances, musiques, interviews, images d'archives?

Définir les principaux éléments de construction

Le thème principal, le fil conducteur, la structure narrative, la continuité dialoguée, le rapport réel/fiction.

Préparer un dossier de film documentaire

Écrire un dossier de film documentaire destiné à être présenté à un producteur, un diffuseur ou une commission d'aide.

Atelier d'écriture

Savoir transmettre ses intentions.

Rédiger une note d'intention et de réalisation.

Écrire pour donner à voir et à entendre.

méthode pédagogique

> Cours magistral soutenu par une vidéo-projection de repères commentés.

> Mise en situation réelle de production à partir d'un sujet choisi individuellement ou en petits groupes.

modalités d'évaluation

> Visionnage et analyse des projets par l'intervenant en fin de module.

stratégies de communication, de mobilisation, de création et médias dans l'ESS

utiliser les techniques du planning stratégique écoresponsable pour mieux concevoir ses stratégies de communication

durée
168 h environ

public

Bénévoles, administrateurs, coopérateurs, initiateurs de projet social et solidaire, salariés entrant et découvrant une structure de l'ESS ou voulant exercer des responsabilités à la communication et/ou au marketing.

modalités d'admission

Entretiens individuels.

filières de référence

responsable de communication de l'économie sociale et solidaire

compétences visées

- ♦ connaître et comprendre les enjeux du planning stratégique.
- ♦ aborder les notions de sociologie, de sémiologie et d'éthique.
- ♦ utiliser les mécanismes d'une stratégie médias et relations presse.
- ♦ maîtriser une stratégie de mobilisation.
- ♦ développer son jugement créatif et bâtir une stratégie de création.

programme

Analyses stratégiques : fondamentaux de la sémiologie et de la sociologie. Les études et les benchmarks. Apprivoiser la prospective et les notions d'éthique et de responsabilité dans la communication.

Planning stratégique : élaborer une stratégie de communication cohérente et écoresponsable, en croisant les objectifs, les publics, les messages et les valeurs dans une seule et même grille stratégique. Savoir faire un cadrage et une segmentation, définir un positionnement, des axes stratégiques.

Stratégie de mobilisation : élaboration des pratiques collaboratives et mobilisatrices autour d'un projet.

Stratégie de création : développement de son jugement créatif et des enjeux de la créativité et de l'innovation dans l'ESS. Prémpter les mécanismes d'une communication créative éthique et responsable, les enjeux de la création et du graphisme militant, de la collaboration avec les ateliers et les studios graphiques et avec les agences et créatifs engagés.

Stratégie médias : économie des médias. Élaborer une stratégie médias et des relations presse. Savoir établir un plan média, réaliser un communiqué de presse, gérer sa veille média et gérer les crises.

méthode pédagogique

- > brainstorming en grands ou en petits groupes sur un sujet précis, dont la synthèse est guidée par le formateur.
- > accompagnement professionnel
- > ateliers collaboratifs à partir d'un corpus théorique acquis et d'une demande énoncée par l'intervenant.
- > mises en situation professionnelles individuelles et en groupes permettant d'aller vers la théorie, en partant de la pratique.

modalités d'évaluation

- > mise en situation professionnelle en temps limité et correction à partir d'une grille spécifique.
- > correction à partir d'une grille des usages du métier.
- > exercices en temps réel corrigés par l'intervenant.
- > rédaction d'une note d'intention, d'une préconisation
- > auto-évaluation.

pratique de la communication digitale dans l'ESS

maîtriser l'essentiel de la communication digitale et des réseaux sociaux, la production d'un long format

durée
210 h

public

Bénévoles, administrateurs, coopérateurs, initiateurs de projet social et solidaire, salariés entrant et découvrant une structure de l'ESS ou voulant exercer des responsabilités à la communication et/ou au marketing.

modalités d'admission

Entretiens individuels.

filières de référence

responsable de communication de l'économie sociale et solidaire

compétences visées

- ♦ comprendre les mécanismes des principaux outils et techniques de la communication digitale et utiliser correctement les réseaux sociaux.
- ♦ concevoir, produire un long format en utilisant photographie, graphisme, vidéo et écriture pour le Web en vue de le diffuser sur le Net.

programme

Pratique digitale (introduction) : module immersif sur le hacking, le Webmastering et le community management. Comprendre les risques et les failles des dispositifs d'information et de communication.

Pratique digitale 1 – Maîtriser les réseaux sociaux LinkedIn, Facebook, Twitter, Instagram, Scoop.it...

Pratique digitale 2 – Maîtriser les réseaux sociaux Periscope, Snapchat, Youtube, Daily motion, Google...

Pratique digitale 3 – Écrire pour le Web, concevoir un long format et créer du contenu pour être lu, maîtriser Wordpress. Maîtriser la chaîne de l'information sur Internet, information en flux, actualisation, scénarisation, écriture et édition multimédia. Apprendre le contenu de marque. Savoir créer et mettre en œuvre un blog, lui assurer un bon référencement et faire un community management efficace.

Pratique digitale 4 – Les fondamentaux de la photo et de l'iconographie, de la vidéo et du multimédia. Le montage et le rapport texte/image. Poser sa voix sur différents sujets. Entraînement et média training.

Pratique de la communication

Les fondamentaux du graphisme et de la réalisation sur les principaux logiciels.

Pratique de la communication événementielle
Concevoir et organiser un événement responsable, mieux gérer ses relations fournisseurs et son reporting de projets.

méthode pédagogique

- > cours pratiques
- > brainstorming en grands ou en petits groupes sur un sujet précis, dont la synthèse est guidée par le formateur.
- > ateliers collaboratifs à partir d'un corpus théorique acquis et d'un sujet choisi par l'intervenant.
- > mises en situation individuelles et en groupes permettant d'aller vers la théorie, en partant de la pratique.

modalités d'évaluation

- > exercices en temps réel corrigés par l'intervenant
- > rédaction d'une note d'intention, d'une préconisation.
- > autoévaluation.
- > évaluation par le donneur d'ordre.

conception et pilotage web ; réseaux sociaux

organiser la mise en place et l'animation des sites web et des médias sociaux

durée
280 h

public

Professionnels de la presse, de l'édition ou de la communication s'informant activement sur le Web. Avoir animé une équipe est une expérience utile.

modalités d'admission

Un test d'une demi-journée permet de situer les connaissances du candidat au regard de la formation et de son projet.

filière de référence numérique

compétences visées

- ♦ assurer la production de médias numériques.
- ♦ concevoir la refonte ou la création de publications.
- ♦ animer une équipe numérique.
- ♦ couvrir des événements en live.
- ♦ suivre et développer l'audience des publications numériques.

programme

Concevoir

Mener une analyse structurée d'un site ou d'une présence sur les médias sociaux : public, positionnement, traitement des contenus, ergonomie. Rédiger une note d'intention, argumenter et collecter les contributions. Élaborer un cahier de conception exploitable par tous les acteurs d'un projet. Disposer de repères juridiques pour les supports numériques.

L'information sur support mobile

Appliquer la démarche de design utilisateur pour la conception d'un site en mobilité. Produire l'information qui sera lue en mobilité. Réaliser une maquette jouable pour démontrer l'usage de son projet.

Les sujets multimédias

Choisir les médias et leur impact sur le récit. Installer une interactivité de lecture. Définir et produire un jeu de formats de référence pour le site.

Les fils d'information

Comprendre la place du Net parmi les autres médias traditionnels du direct. Incorporer des outils de live sur son site. Annoncer la couverture d'un événement. Couvrir en streaming.

Actualiser et mettre à jour

Anticiper la durée de vie d'un sujet, de la commande au suivi. Définir ses éditions, définir sa grille. Prévoir les rendez-vous avec l'audience. Archiver.

L'audience

Définitions de base : visiteur, visiteur unique, temps de visite, taux de rebonds... Les outils de suivi et de statistiques. Les instruments de suivi de son public, les variables à suivre, les situations critiques. Construire son audience.

méthode pédagogique

> La formation associe des cours exposant les principes, méthodes et références, et des mises en pratique.

modalités d'évaluation

> Les travaux pratiques et les soutenances de projets sont évalués à partir des grilles correspondant à leur domaine. Évaluation croisée pour des exercices d'analyse et de conception.

la conception de publications numériques

positionner la publication puis décrire l'architecture et la mise en valeur de l'information

durée
140 h

public

Professionnels de la presse, de l'édition ou de la communication. S'informer activement sur le Web est nécessaire ainsi qu'une rigueur dans la production de l'information.

modalités d'admission

Un test d'une demi-journée permet de situer les connaissances du candidat au regard de la formation et de son projet.

filière de référence numérique

compétences visées

- ♦ concevoir la refonte ou la création de publications.
- ♦ organiser la présence sur les réseaux sociaux.
- ♦ animer une équipe numérique.
- ♦ intégrer l'expérience utilisateur dans sa conception.
- ♦ suivre et développer l'audience des publications numériques.

programme

Analyser et positionner

Mener une analyse structurée d'un site et d'une présence sur les médias sociaux : public et situation d'usage, positionnement, étude comparable, traitement des contenus, services assurés, respect des règles d'ergonomie.

Intégrer la nécessité de positionner une publication numérique. Rédiger une note d'intention, l'argumenter et collecter les contributions.

Concevoir

Élaborer un cahier de conception exploitable par tous les acteurs d'un projet. Décrire l'architecture de l'information, sa mise en valeur et ses fonctionnalités. Décrire les parcours de lecture. Intégrer les remarques et réactions des acteurs du projet.

UX design

Comprendre le changement d'appréhension de l'utilisateur, qui permet de le placer au cœur de la conception.

Modéliser la situation d'un utilisateur, son profil, sa situation, ses attentes, son attitude, son agenda.

Les techniques d'observation.

Les opportunités de contacts avec l'utilisateur.

Les phases et la palette d'outils UX.

Maîtriser et pratiquer les outils essentiels.

L'information sur mobile

Appliquer la démarche de design utilisateur pour la conception d'un service d'information en mobilité. Analyser les contenus existants et identifier leur usage potentiel.

Poser les termes de l'information en mobilité, et modéliser l'état du public.

Produire l'information lue en mobilité.

Réaliser une maquette jouable pour démontrer l'utilisabilité de son projet.

Soutenir sa proposition face à l'éditeur du projet.

méthode pédagogique

> Ateliers collaboratifs mettant en pratique les compétences et méthodes à partir d'exercices d'application, puis de projets.

modalités d'évaluation

> Les travaux pratiques et les soutenances de projets sont évalués à partir des grilles correspondant à leur domaine. Évaluation croisée pour les exercices d'analyse et de conception.

le pilotage web

organiser l'alimentation
et mettre en place des sites web
et des comptes sur les médias sociaux

durée
70 h

compétences visées

- ♦ organiser et suivre la production des contenus pour un site web.
- ♦ animer une équipe numérique.
- ♦ couvrir des événements en live.
- ♦ suivre et développer l'audience d'un site web.

programme

Appréhender les caractéristiques du site à animer

Mener une analyse structurée du site : le public ciblé, l'atout à faire valoir, les différentes formes de traitement disponibles, le rythme de mise à jour, les éditions.

La relation avec l'audience, la place des commentaires et les mises à contribution.

Établir une charte d'animation.

Les sujets multimédias

Maîtriser le sens des compositions texte, image, son, vidéo, infographie, cartographie. Choisir le média du récit.

Définir et produire un jeu de formats de référence pour le site.

Les fils d'info

Comprendre la place du Net parmi les autres médias traditionnels du direct.

Utiliser Twitter pour suivre un événement.

Incorporer des outils du live sur son site.

Annoncer la couverture d'un événement,

suivre un événement.

Couvrir en streaming.

Actualiser et mettre à jour

Anticiper la durée de vie d'un sujet.

La commande d'un sujet et la demande d'un suivi.

Définir ses éditions, définir sa grille.

Prévoir les rendez-vous avec l'audience.

Archiver.

L'audience

Définitions de base : visiteur, visiteur unique, temps de visite, taux de rebonds...

Les outils de suivi : Google Analytics et les autres outils de statistiques server-centric.

Se doter des instruments de suivi de son public, définir les variables à suivre, les situations critiques.

Construire son audience : cohérence avec le projet, moyens de faire connaître le site, de fidéliser et de booster l'audience.

Utiliser les réseaux sociaux pour relayer ou prolonger les informations sur le site.

méthode pédagogique

> La formation associe des cours exposant les principes, méthodes et références et des mises en pratique.

modalités d'évaluation

> Les travaux pratiques et les soutenances de projets sont évalués à partir des grilles correspondant à leur domaine. Évaluation croisée pour les exercices d'analyse et de conception.

public

Professionnels de la presse, de l'édition ou de la communication, s'informant activement sur le Web.

Une première expérience d'un CMS est appréciée.

modalités d'admission

Un test d'une demi-journée permet de situer les connaissances du candidat au regard de la formation et de son projet.

filière de référence

numérique

les
modules
courts

écrire pour être lu

améliorer ses écrits professionnels et journalistiques

durée
28 h



compétences visées

- Acquérir les techniques de base du journalisme
- Améliorer la qualité de ses écrits et de ses articles journalistiques
- S'initier à l'interview et au reportage

programme

- > **Maîtriser les fondamentaux** du journalisme : penser à son lecteur, hiérarchiser, identifier ses sources, se documenter, vérifier ses informations.
- > **Connaître les genres journalistiques** traditionnels (le compte rendu, l'interview, le reportage, le portrait, l'enquête, la synthèse, la mouture) et les différents formats (la brève, le filet, l'article magazine et le dossier).
- > **Rédiger un article d'actualité**
Choisir un angle, un format, dégager le message essentiel, élaborer un plan, écrire dense et efficace.
- > **Mener une interview**
Conduire un entretien, prendre des notes, rédiger l'interview sous forme de questions/réponses.
- > **Réaliser un reportage**
Principes de base du reportage, rédaction.
- > **Connaître les fondamentaux** du secrétariat de rédaction : les bases d'un bon titre, d'un bon chapô et d'une bonne légende.
- > Exercices pratiques.

méthode pédagogique

- > Cours magistral.
- > Travaux pratiques : écriture, relecture, correction, réécriture.
- > Mise en situation : interview in situ.

évaluation

- > Exercices corrigés par l'intervenant.
- > Autoévaluation et évaluations croisées.



public

Cette formation s'adresse à des rédacteurs et secrétaires de rédaction, chargés de communication, assistants de direction ou étudiants qui souhaitent apprendre les règles de base de l'écriture journalistique.

écrire pour être lu

[perfectionnement]
professionnaliser ses écrits et peaufiner son style

durée
21 h



compétences visées

- Travailler son style et la lisibilité de ses écrits
- Perfectionner ses techniques de reportage et d'interview
- Gagner en rapidité et en efficacité

programme

- > **Trouver l'information** : les sources physiques, documentaires, numériques, bases de données. Apprendre à hiérarchiser et vérifier l'information.
- > **Maîtriser les techniques** d'écriture journalistique, la langue, la stylistique et la grammaire.
- > **Travail sur l'article** et sur ses éléments clés : le plan, le style, l'attaque, la chute, les relances, les encadrés.
- > **Apprendre à travailler vite** : s'organiser, angler et construire un plan, les modes de construction d'un article long.
- > **Approfondir les grands genres** journalistiques : actualité en flux, reportage, interview, portrait, enquête.
- > **Réaliser** une interview, un reportage.
- > **Éditer son article** de manière professionnelle : relecture, correction, titraille, mise en forme et enrichissement de l'info. Travail à partir de sources écrites (dépêches d'agence, communiqués et dossiers de presse, rapports, etc.).

méthode pédagogique

- > Cours magistral.
- > Travaux pratiques : écriture, relecture, correction, réécriture.
- > Mise en situation : reportage, interview.

évaluation

- > Exercices corrigés par l'intervenant
- > Autoévaluation et évaluations croisées.



public

La formation s'adresse prioritairement aux journalistes rédacteurs et secrétaires de rédaction, aux chargés de communication et à toute personne ayant suivi le stage « Écrire pour être lu - niveau 1 »

les bases du secrétariat de rédaction

maîtriser les fondamentaux de l'écriture, de l'édition et de la correction

durée
28 h



compétences visées

► Développer une vision globale de la publication papier ► Rédiger des titres, des chapôts, des intertitres, des accroches et des légendes dans un souci de cohérence globale ► Améliorer le style rédactionnel ► Corriger et relire. Suivre le chemin de fer jusqu'au bon à tirer

programme

- > **Connaître les fondamentaux** de l'écriture journalistique: les sources, la vérification des informations, les niveaux de lecture, la hiérarchie de l'information.
- > **Maîtriser la structure de l'article:** le plan, l'angle, le message essentiel, l'attaque, la chute.
- > **Appréhender les différents genres** et formats journalistiques: la brève, le filet, la synthèse, l'interview, le reportage, le portrait, la chronique, l'enquête.
- > **Travailler le texte:** les coupes, la réécriture, la stylistique. Adapter le texte à la publication et au lectorat.
- > **Éditer un texte journalistique:** titrailler, chapôts, intertitres, accroches, légendes, etc.
- > **Mise en scène** de l'information.
- > **Corriger un texte:** connaître le code typographique et les protocoles de relecture, les signes de correction et la préparation de copie.
- > **Les bases de la maquette:** la mise en page, les gabarits, la typographie, l'iconographie, l'organisation technique, le glossaire.
- > **S'organiser:** le chemin de fer, le planning.

méthode pédagogique

- > Cours magistral.
- > Exercices pratiques.

évaluation

- > Exercices corrigés par l'intervenant.
- > Autoévaluation et évaluations croisées.



public

Journalistes, pigistes, chargés de communication, maquettistes, graphistes.

l'interview écrite et vidéo

les techniques journalistiques

durée
35 h



compétences visées

► Apprendre la méthodologie et les techniques de l'interview journalistique pour différents supports

programme

Module A (2 jours)

L'interview écrite

Les modes d'interview: les types d'entretien, usages et fiabilité, préparation et conduite de l'interview, rédaction de l'interview.

Le passage de l'oral à l'écrit: un travail de précision. Déontologie de l'interview.

Éditer une interview. Rédiger la titrailler.

Module B (3 jours)

L'interview vidéo

> **La préparation:** choix des interlocuteurs en fonction des buts recherchés (experts, témoins, célébrités).

> **Questions-réponses, micro-trottoir, portrait, entretien:** l'objectif de ces différents genres et leurs contraintes. Choisir un angle. Rédiger les questions essentielles et les questions de relance. Réflexion technique.

> **Le tournage:** conduite de l'interview, comment être à l'aise et mettre en confiance. L'art de l'écoute. Comment « faire parler » son sujet.

> **Le montage:** les bases techniques pour monter un reportage. Débriefing.

> **Éthique et déontologie:** droit à l'image. Réflexion sur le off. Images volées et caméra cachée. Comment ne pas trahir son témoin.

méthode pédagogique

- > Cours magistral.
- > Travaux pratiques.
- > Exercices de mise en situation.

évaluation

- > Exercices corrigés par l'intervenant.
- > Autoévaluation et évaluations croisées.



public

Journalistes rédacteurs et secrétaires de rédaction, pigistes, chargés de communication, étudiants.

les principes de la réécriture

maîtriser les techniques d'écriture pour sublimer ses textes et ceux des autres

durée
21 h



compétences visées

► Améliorer un texte, développer la précision de sa pensée et de son vocabulaire

programme

> Maîtriser les principes de la rédaction:

adopter une écriture resserrée, un style vif, alléger, couper, compléter un texte, créer des encadrés. Travailler les éléments clés: structure, attaque, chute, relance.

> **Choisir le mot juste:** faire la chasse aux barbarismes, néologismes, pléonasmes, anglicismes et paronymes.

> **Supprimer** les expressions figées, les synonymes incongrus. Éviter les écarts de niveaux de langue.

> **Améliorer la syntaxe:** solécismes, anacoluthes, zeugmes... phrases à tiroirs, phrases falaises, etc. Difficultés liées à l'emploi des prépositions.

> **Connaître les variations de la structure des phrases:** les différents types de phrases, la mise en relief des éléments, l'inversion.

> **Chasser les lourdeurs énonciatives:** soustraction, surenchère verbale, commentaires inutiles, cacophonie, incongruité visuelle, circonlocutions.

méthode pédagogique

- > Cours magistral.
- > Exercices pratiques.

évaluation

- > Exercices corrigés par l'intervenant.



public

Éditeurs, assistants d'édition, journalistes secrétaires de rédaction et rédacteurs, correcteurs.

la stylistique au service du sens

pour des écrits fluides et efficaces

durée
28 h



compétences visées

► Mettre la langue française et le style au service des idées, du récit, du discours, quel que soit le genre retenu (œuvre poétique, écrit journalistique, texte littéraire ou argumentatif)

programme

> **Jouer avec les mots.** Les mots, leurs sons, leur rythme. Choisir le mot juste. Les principales figures de style.

> **Mettre en perspective.** Qui décrit, qui raconte, qui explique et de quel point de vue. Les implications stylistiques de tels choix.

> **Maîtriser la narration,** la description. Les principaux choix stylistiques propres à la narration et à la description. Le rythme des phrases, le choix des mots, le temps des verbes.

> **Accélérer ou ralentir** une action. Montrer ou expliquer.

Transformer les idées en faits.

> **Dire ou faire dire.** Choisir ou alterner les styles direct, indirect et indirect libre.

> **Citer ou faire parler.** Initiation à la dialectique.

> **Argumenter.** S'initier à la rhétorique. Savoir organiser son argumentation, mettre en valeur ses idées.

méthode pédagogique

> La théorie est illustrée par la lecture critique d'exemples et mise en pratique par la production individuelle d'écrits.

évaluation

- > Exercices pratiques corrigés par l'intervenant.



public

Journalistes rédacteurs et secrétaires de rédaction, chargés de communication et attachés de presse

écrire pour le Web

écrire pour être «vu» par Google et «lu» par les internautes

durée
21 h

compétences visées

- Structurer ses articles et améliorer le confort de lecture pour l'internaute
- Adapter son écriture aux règles de référencement pour rendre ses articles visibles dans les résultats de Google et sur les réseaux sociaux

programme

- **Comprendre** le principe du web first et de l'info en temps réel.
- **Connaître** les différents formats journalistiques sur le Web et les principes de lecture sur écran.
- **Écrire pour être lu** par les internautes: l'angle, le message essentiel, le plan.
- **Écrire sous la contrainte** des moteurs de recherche: comprendre le principe du référencement naturel, ou SEO et adapter son écriture et sa titraile pour être «vu» et bien classé par Google.
- **Travailler la mise en forme**, ou editing de ses articles web: principes de lecture sur écran, ergonomie, mise en forme des articles: titres, inters, chapô, citations.
- **Réécrire un article** print pour le Web.
- **Enrichir** ses articles web: ajouter des liens hypertexte, des photos, des vidéos, des PDF, des tweets.
- **Diffuser** ses articles via les réseaux sociaux.
- Exercices d'écriture et de réécriture dans un blog Wordpress.

méthode pédagogique

- Cours magistral.
- Exercices pratiques dans un blog privé.

évaluation

- Exercices corrigés par l'intervenant.
- Autoévaluation et évaluations croisées.

public

Cette formation s'adresse aux journalistes rédacteurs, secrétaires de rédaction, chargés de communication, toute personne exerçant dans le domaine de l'écrit et souhaitant maîtriser les fondamentaux de l'écriture pour les médias digitaux.

écrire pour le Web

[perfectionnement]
enrichir ses articles,
scénariser l'information
pour les médias digitaux

durée
14 h

compétences visées

- Comprendre le référencement naturel et les principes de la mise en scène de l'information
- Fabriquer des timelines, des cartes et autres éléments narratifs avec des outils simples
- Les intégrer dans des récits multimédias et interactifs bien adaptés aux nouveaux modes de lecture

programme

- **Rappel des bases** du référencement naturel et de l'editing sur le Web.
- **Connaître les formats** journalistiques des médias en ligne.
- **La photo**: quelles photos utiliser pour garantir le droit?
- **Apprendre à scénariser** ses articles en y intégrant des éléments visuels et interactifs.
- **S'initier** au principe de «l'embed».
- **Prise en main** d'une série d'outils narratifs pure web: l'image interactive, la frise chronologique ou timeline, la carte, l'infographie, le quizz.
- **Atelier**: réalisation d'un article multimédia dans une plateforme adaptée.

méthode pédagogique

- Cours magistral.
- Exercices pratiques sur une plateforme adaptée.

évaluation

- Exercices corrigés par l'intervenant.
- Autoévaluation et évaluations croisées.

public

Cette formation s'adresse aux journalistes, secrétaires de rédaction ou chargés de communication exerçant déjà sur un média digital et souhaitant développer leurs compétences en matière de scénarisation de l'information sur le Web, à l'aide d'éléments multimédias et interactifs.

éditer pour le Web

améliorer le référencement
et enrichir des articles destinés
aux médias digitaux

durée
21 h

compétences visées

- Maîtriser les principaux formats journalistiques et les bases du référencement pour éditer et enrichir des articles destinés aux médias digitaux

programme

- Comprendre les fonctions du secrétaire de rédaction en média digital.
- Connaître les différents formats journalistiques du Web et leurs spécificités.
- Connaître les modes de lecture sur écran.
- Appréhender les principes de l'écriture journalistique pour un site web, une appli mobile.
- Maîtriser les bases du référencement pour travailler la titraile, les mots-clé, la structure et le texte des articles.
- Améliorer la mise en forme (editing) pour un meilleur confort de lecture.
- Enrichir les articles: liens hypertexte, photo, diaporamas, vidéos, tweets, PDF.
- Éditer les contenus multimédias: lancements, légendes, titraile, métadonnées.
- Transformer un article print en article web.

méthode pédagogique

- Cours magistral.
- Exercices pratiques sur une plateforme adaptée.

évaluation

- Exercices corrigés par l'intervenant.
- Autoévaluation et évaluations croisées.

public

Journalistes rédacteurs et secrétaires de rédaction travaillant pour la presse papier, la presse d'entreprise ou municipale, chargés de communication désirant acquérir une nouvelle technique ou souhaitant se perfectionner.

titrer pour être bien référencé sur le Web

augmenter la visibilité de ses articles en optimisant la titraile

durée
7 h

compétences visées

- Améliorer ses titres pour augmenter le référencement naturel de ses articles dans Google et susciter plus d'engagement sur les réseaux sociaux

programme

- **Reconnaître un bon titre**. Différencier les catégories de titres. Titres informatifs et incitatifs. Appréhender la titraile d'un journal, d'un site web, d'une application mobile, d'un post sur Twitter ou Facebook, d'une vidéo ou d'une photo textuelle.
- **Comprendre la nécessité de titrer pour le Web**. L'importance de Google, des réseaux sociaux, des flux RSS et des newsletters dans l'apport d'audience des médias. Comprendre le principe des algorithmes. Savoir ce que devient son titre après publication. Connaître l'existence de différents CMS (content management system) et la possibilité de double ou triple titre.
- **Titrer pour être «vu» par Google**. Connaître le fonctionnement de Google Recherche universelle et de Google Actualités. Les bases du référencement naturel. Comprendre l'importance de bien angler, de choisir les mots avec précision, chasser les métaphores et jeux de mots. Savoir ce qu'est un mot-clé. La place des mots-clés dans le titre, le chapô, les intertitres. Être capable de lire et d'optimiser une adresse URL.
- **Titrer pour les réseaux sociaux**. Pourquoi titrer différemment sur Google et les réseaux sociaux? Les catégories de titres qui retiennent l'attention, créent de l'engagement, du clic, du partage. Apprendre à jouer sur le rapport titre/commentaire dans ses posts Facebook avec des liens.

méthode pédagogique

- Cours magistral.
- Exercices pratiques sur un blog et des comptes Twitter/Facebook privés.

évaluation

- Exercices pratiques corrigés par l'intervenant.

public

Journalistes rédacteurs et secrétaires de rédaction, éditeurs, webmasters, responsables de communication.

créer un long format multimédia

réussir ses longs formats multimédias en maîtrisant les techniques de narration, les outils et le plan de travail

durée
14 h

compétences visées

■ Connaître les nouveaux formats du reportage multimédia ■ S'initier à la narration multimédia ■ Appréhender l'importance de l'image fixe et animée ■ Faire le synopsis et le plan de travail d'un long format type ■ Faire un tour d'horizon des outils simples de production ■ Réaliser un long format type sur le Web

programme

- > **Connaître les nouveaux formats** du reportage multimédia. Appréhender l'importance et la place de l'image fixe et animée dans les médias web.
- > **Quelles rédactions pratiquent le long format** en France et à l'étranger ? Distinguer les différents types de longs formats. Visionnage, analyse des bonnes et mauvaises pratiques.
- > **S'initier à la narration multimédia** : le travail d'enquête, la captation d'images et de vidéo. Les formats narratifs. L'angle, le rythme. Les niveaux de lecture et les encadrés rédactionnels.
- > **Articuler le texte et les éléments multimédias**. Quel média pour quelle histoire ? Interview filmée ou pastille sonore, diaporama ou image plein écran. Les contraintes de taille, de poids et de format.
- > **Concevoir un long format type** : choisir un sujet et un l'ange, découper son histoire en parties. Rédiger un plan détaillé, un story-board. Etablir un plan de travail.
- > **Réaliser un long format**. Exercice pratique à partir de textes, photos, vidéos et autres contenus fournis par l'intervenant.
- > **Mettre en ligne et promouvoir** son long format. Principes de diffusion et de promotion sur les réseaux sociaux.

méthode pédagogique

- > Cours magistral.
- > Démonstrations pratiques.

évaluation

- > Questionnaire rempli par le stagiaire à l'issue de la session.

public

Journalistes, éditeurs, photographes, vidéastes ayant une pratique courante du Web. Une connaissance d'un CMS de type Wordpress serait un plus.

rédiger et animer un blog

de la création à l'animation d'un blog Wordpress

durée
14 h

compétences visées

■ Savoir créer et mettre en œuvre un blog ■ Le faire vivre et lui assurer un bon référencement

programme

- > **Connaître le blog et la blogosphère** : panorama de la blogosphère, types de blogs (isolés, hébergés et intégrés à un site), rôles et fonctions. Définir son positionnement.
- > **Organiser son blog** : présentation des principales plateformes disponibles, principes du CMS. Choisir son CMS en fonction de son projet.
- > **Prendre en main un blog Wordpress** : installation du blog, prise en main, les thèmes visuels ou apparences, notions de page, d'article, de catégorie. Les menus, les widgets. Les extensions importantes pour développer les performances de son blog.
- > **Définir une ligne éditoriale** : choisir un thème de prédilection, des formats de billet, un ton, définir son audience-cible, prévoir un rythme de publication.
- > **Alimenter son blog** : maîtriser les bases de l'écriture journalistique, les principes de base du référencement dans Google, de l'editing web. Intégrer des éléments multimédias image, son, vidéo, PDF ou tweet dans un billet de blog.
- > **Bloguer à plusieurs**. Avantages et inconvénients. Gérer une communauté de contributeurs.
- > **Comprendre le cadre juridique** : mentions légales, collecte de données, droit des tiers, respect des personnes, droit de réponse, droit d'auteur, droit à l'image des personnes et des œuvres représentées.
- > **Faire connaître son blog** : diffuser ses contenus via Twitter, Facebook, Instagram pour augmenter l'audience.
- > **Analyser les statistiques** de son blog.

méthode pédagogique

- > Cours magistral.
- > Exercices pratiques sur un blog privé.

évaluation

- > Exercices corrigés par l'intervenant.
- > Autoévaluation et évaluations croisées.

public

Journalistes, graphistes, photographes, responsables de communication, et toute personne désirant créer et animer un blog.

Twitter avancé pour les journalistes

maîtriser Twitter et l'ensemble de ses fonctions avancées

durée
14 h

compétences visées

■ Avoir une utilisation professionnelle de Twitter : veille, ressources, outil de diffusion et couverture en direct d'un événement ■ Comment mettre en place les notions d'engagement et de notoriété

programme

- > **Découvrir Twitter** : créer un compte, le personnaliser, régler les paramètres de confidentialité, comprendre le langage Twitter, envoyer un tweet, un tweet avec un lien, un tweet enrichi.
- > **Effectuer une recherche avancée** sur Twitter : filtrer le réseau à l'aide de mots-clés, de critères géographiques ou chronologiques. Effectuer une recherche de témoins, de photos ou vidéos après un événement, une catastrophe, entrer en contact avec des gens via Twitter.
- > **Utiliser Twitter pour la veille** : trouver des comptes à suivre, faire des listes, trouver des listes et les suivre, effectuer une recherche personnalisée et la sauvegarder, archiver des tweets, utiliser un « client » Twitter pour une veille à chaud.
- > **Poster sur Twitter** : alimenter sa timeline avec des messages engageants qui suscitent le partage, adopter le bon ton, enrichir ses tweets de photos, diaporamas, gifs, vidéos. Exercices sur un compte Twitter privé.
- > **Utiliser Twitter pour développer l'audience** de son site web (bases du community management) : relayer habilement ses liens, connaître les moments de publication à privilégier, programmer ses tweets, poster simultanément sur plusieurs comptes Twitter, identifier ses influenceurs, analyser les statistiques de son compte Twitter.
- > **Couvrir un événement en live-tweet** : principes, préparation et règles de base, archiver son live-tweet dans un « Moment ».

méthode pédagogique

- > Cours magistral.
- > Exercices pratiques sur un compte privé.

évaluation

- > Exercices corrigés par l'intervenant.

public

Rédacteurs en chef, chefs de rubrique, journalistes rédacteurs et secrétaires de rédaction, éditeurs.

front page editor

organiser l'animation de la home page d'un site d'information et de communication

durée
21 h

compétences visées

■ Identifier les qualités à respecter pour la home page ■ Sélectionner les sujets à publier ■ Hiérarchiser la home ■ Adapter les composants d'un sujet pour sa publication en home ■ Optimiser l'impact des mises à jour

programme

- > **Préparer sa feuille de route** : Les équilibres à respecter : thèmes, sollicitations, mode de traitement, mises à contribution. Organiser sa veille, cerner les événements qui peuvent modifier la feuille de route.
- > **Définir les principaux rendez-vous** avec l'audience.
- > **Prendre en main le CMS** : Distinguer contraintes techniques et choix éditorial. Explorer les marges de manœuvre disponibles. Choisir les variations qui seront mobilisées pour animer la une.
- > **Couvrir un événement** : Organiser ses sources. Convenir des traitements et mettre en place les personnes ressources. Installer un live sur sa page. Couvrir en streaming.
- > **Anticiper et suivre** : Annoncer un rendez-vous sur le site, sur les réseaux sociaux, auprès de la communauté existante. Disposer de la matière suffisante pour maintenir l'intérêt. S'adapter aux publics venant très régulièrement comme à ceux qui rejoignent le site. Corriger un article publié.
- > **Mettre à contribution** : Situer les différents moyens de contribuer : vote, like, partage, avis, témoignage, etc. Choisir où installer les lieux contributifs.

méthode pédagogique

> Ateliers collaboratifs mettant en pratique les rappels, repères et méthodes exposés.

évaluation

> Les travaux pratiques sont évalués à partir des grilles correspondant à leur domaine. Retour d'expérience collective sur les trainings.

public

Journalistes, chargés de communication. Une première expérience d'un CMS ou dans la publication d'une lettre d'information est appréciée.

réaliser un live Facebook, Periscope, Youtube

utiliser un smartphone pour réaliser une vidéo en direct

durée
7 h

compétences visées

■ Connaître les différentes plateformes de live et les codes et usages des internautes ■ Maîtriser la vidéo sur smartphone et les accessoires ■ Préparer et annoncer son live

programme

- Connaître les principaux réseaux sociaux utilisés pour le live, leurs codes et spécificités.
- Comprendre les différents formats de live, et leur objectif, choisir le bon réseau en fonction de l'audience ciblée.
- Analyse de bonnes et mauvaises pratiques.
- Maîtriser les contraintes techniques de la vidéo sur smartphone : cadre, lumière, stabilité, son.
- Prendre en main les accessoires indispensables : trépied, micro, perche à selfie.
- Avant : bien préparer son live pour éviter les temps morts.
- Pendant : assurer le live sur la durée, gérer les parcours, les interviews, les imprévus, l'interactivité avec les internautes.
- Atelier « live » en mode plateau diffusé sur une page Facebook privée.

méthode pédagogique

- Cours magistral.
- Démonstrations, prise en main du matériel.
- Ateliers de mise en situation.

évaluation

- Exercices évalués par l'intervenant.
- Autoévaluation et évaluations croisées.

public

Rédacteurs en chef, chefs de rubrique, journalistes rédacteurs et secrétaires de rédaction, éditeurs, chargés de communication.

réaliser des vidéos de qualité avec un smartphone

tourner, monter et diffuser des vidéos courtes de qualité avec un smartphone, réaliser un live vidéo (iPhone, Android)

durée
21 h

compétences visées

■ Comprendre les principes de narration par l'image animée, maîtriser les fonctions photo et vidéo de son smartphone, s'exercer au tournage et au montage embarqué ■ Réaliser des vidéos courtes de qualité destinées aux médias digitaux et aux réseaux sociaux ■ S'exercer au live

programme

- Connaître les bonnes pratiques vidéo sur le Web et les réseaux sociaux.
- Maîtriser les fondamentaux de la narration par l'image et l'image animée.
- Principes de tournage, avantages et contraintes du smartphone.
- Comprendre l'importance du cadre, de la lumière, de la stabilité, du son.
- Filmer de façon professionnelle avec des applis dédiées.
- Maîtriser l'immobilité et les mouvements de caméra (quelques accessoires utiles).
- Réaliser une bonne interview vidéo.
- Monter et éditer des vidéos courtes directement sur smartphone.
- Ajouter du texte, des synthés, un logo.
- Poster une vidéo sur Youtube, l'embarquer dans un article web.
- Réaliser un teaser et le diffuser sur les réseaux sociaux.
- Réaliser un bon live qui génère de l'audience : principes, préparation, gestion du direct.

méthode pédagogique

- Cours magistral.
- Exercices in situ.
- Atelier reportage en extérieur (en autonomie).

évaluation

- Exercices corrigés par l'intervenant.
- Autoévaluation et évaluations croisées.

public

Journalistes, graphistes, photographes, responsables de communication, et toute personne désirent se former aux techniques de vidéo légère de qualité professionnelle.

matériel

Il est recommandé de s'équiper d'un smartphone sous Android ou iOS (pas de Windows phone), équipé d'un grand écran dont la résolution est égale ou supérieure à 1080 pixels, avec au minimum 18 Go de mémoire.

les bases du data-journalisme

trouver et analyser des données afin d'y trouver des sujets, mettre en forme ces données visuellement

durée
35 h

compétences visées

■ Savoir trouver des données. Sélectionner et exploiter ces données en utilisant un tableur et des outils en ligne afin de leur conférer un sens ■ Construire une infographie simple et interactive, une carte, une timeline

programme

➢ Exploiter les données

Définition de la donnée. Méthode pour trouver des bases de données ressources. Techniques d'extraction (ou scraping) de données. Savoir organiser les données (tableaux, variables, formules), les vérifier et les homogénéiser. Croiser les données et les analyser afin de leur conférer du sens. En dégager des angles journalistiques.

➢ Visualiser les données

Connaître les repères graphiques (codes couleurs, échelles) et les conventions graphiques de représentation. Maîtriser les différents types de représentation graphique (secteurs, barres, histogrammes, aires, nuages de points, tendances) afin de choisir un type de visuel. Être capable d'éviter les biais et les erreurs de représentation.

➢ Connaître les outils cartographie

Les outils en ligne : leurs possibilités et leurs limites. Les principes d'organisation d'une cartographie, ses niveaux de lecture et sa scénarisation. Enrichir une cartographie avec des éléments multimédias. Faire évoluer ses cartes dans le temps.

➢ Maîtriser le principe de la frise chronologique (ou timeline)

Les outils en ligne : leurs possibilités et leurs limites. Les principes d'organisation d'une timeline, ses niveaux de lecture et sa scénarisation. Enrichir une timeline avec des éléments multimédias. Faire évoluer une timeline dans le temps.

méthode pédagogique

- Cours magistral.
- Exercices pratiques.

évaluation

- Exercices corrigés par l'intervenant.
- Autoévaluation et évaluations croisées.

public

Rédacteurs en chef, chefs de rubrique, journalistes rédacteurs et secrétaires de rédaction, chargés de communication, graphistes.

techniques de fact-checking

vérifier informations et photos en circulation, traquer et démontrer les rumeurs et contre-vérités, restaurer la confiance avec son audience.

durée
7 h

compétences visées

■ Mettre en place une veille pour identifier les rumeurs, canulars, approximations et contre-vérités ■ Adopter une méthode et des outils pour rétablir les faits ■ Mettre en scène ce travail de fact-checking pour asseoir la légitimité de son média

programme

➢ Comprendre l'importance du fact-checking :

appréhender la multiplication des émetteurs (réseaux sociaux, blogosphère) et leur impact.

➢ Anticiper le rôle du journaliste face aux rumeurs, canulars, approximations et contre-vérités en circulation.

➢ Connaître les rédactions pratiquant le fact-checking, en France et à l'étranger, ainsi que la place de Google et Facebook. Les différentes formes de fact-checking.

➢ S'exercer aux méthodes de vérification

traditionnelles : identifier la provenance de ses informations, la qualité de ses sources, pratiquer le recoupement, la vérification des données.

➢ Pratiquer le fact-checking sur les nouveaux canaux de l'info. Traquer les contre-vérités en circulation en mettant en place une veille numérique.

Connaître les outils en ligne, les méthodes de vérification des faits.

➢ Pratiquer le fact-checking en temps réel sur les réseaux sociaux pendant un événement, une prise de parole publique ou un débat diffusé en direct.

➢ Vérifier l'authenticité et l'antériorité d'une photo en circulation.

➢ Lancer un projet de fact-checking collaboratif et mobiliser une communauté pour vérifier des faits ou enquêter sur des sujets de grande envergure.

➢ Mettre en scène le fact-checking : rubrique, site, compte social ou application mobile ? Un moyen de restaurer la confiance d'un média avec son audience.

méthode pédagogique

- Exercices pratiques sur des comptes sociaux privés.
- Mise en situation, temps réel.

évaluation

- Evaluation des exercices par l'intervenant.
- Autoévaluation, évaluations croisées.

public

Rédacteur en chef, journaliste web, datajournaliste, éditeur web, webmaster

sécurité numérique pour les journalistes

sécuriser ses données, ses sources, ses communications

durée
7 h

compétences visées

■ Apprendre à maîtriser sa sécurité sur Internet et celle de ses sources, au quotidien comme en milieu hostile

programme

> Anticiper les menaces

Adapter sa protection au risque (modèles de menace).

De la « surveillance de masse » à l'espionnage ciblé.

Connaître les techniques d'attaque (malwares (logiciels malveillants), trojans, spear phishing).

> Pratiquer une hygiène de sécurité

Gérer ses phrases de passe et ses comptes.

Principes de base de la sécurité informatique et de la cryptographie

Utiliser les services en ligne (ou pas) pour protéger et sauvegarder ses données.

> Utiliser le chiffrement

Chiffrer ses fichiers et communications (e-mails, voix, messagerie instantanée, navigation).

Stéganographie, camouflage et déni plausible.

> Pratiquer l'anonymisation

Les métadonnées des fichiers.

Anonymiser ses communications et ses sources.

méthode pédagogique

> Cours magistral.

> Exercices pratiques.

évaluation

> Exercices corrigés par l'intervenant.

public

Journalistes, rédacteurs en chef, reporters, photographes, documentaristes.

Vendre ses sujets

améliorer ses pitches et ses synopsis

durée
7 h

compétences visées

■ Apprendre à rédiger un synopsis efficace et à « pitcher » ses sujets de façon à capter l'attention des rédactions et à mieux vendre ses articles, contenus multimédias ou tout projet de collaboration

programme

> Comprendre le principe de la pige

Etat des lieux de la pige et des pigistes, collectifs de pigistes, rapports pigistes-rédactions, tarifs de la pige, marges de négociations.

> Savoir qui contacter

Analyser le marché (journaux, sites, rubriques), faire fonctionner son réseau, repérer les personnes compétentes à aborder.

> Bien « pitcher » son sujet

S'exercer à contacter un rédacteur en chef et à présenter son projet de manière concise, claire et engageante. Savoir quand et comment relancer.

> Rédiger un synopsis

Connaître les règles de l'exercice. Le contenu du synopsis et les informations à valoriser. Le style, la construction, le titre. Les visuels à intégrer.

méthode pédagogique

> Cours magistral.

> Exercices pratiques.

> Mise en situation, jeux de rôles.

évaluation

> Exercices corrigés par l'intervenant.

> Autoévaluation.

public

Journalistes pigistes rédacteurs, photojournalistes, éditeurs, vidéastes

méthodes de correction

relire et corriger pour la presse et l'édition

durée
28 h

compétences visées

■ Acquérir les méthodes de relecture et de correction d'un texte écrit ■ Élargir ses connaissances en matière de langue française (maîtrise de l'orthographe et des règles de grammaire, choix du vocabulaire, vérification de la syntaxe) ■ S'initier au code typographique

programme

> Perfectionner son français

Grammaire et difficultés de la langue (révision et perfectionnement).

> Découvrir le code typographique

Utilisation de l'italique, du romain, des capitales, des bas de casse. Écriture des nombres. Présentation des citations, des dialogues. Coupure des mots, abréviations, etc.

> Connaître le protocole de correction

Les différents types d'intervention : orthographe, syntaxe, grammaire, code typographique, choix du mot juste, lisibilité et compréhension, chasse aux clichés, contresens, approximations, redondances, répétitions, vérification de l'information.

> Maîtriser les outils du correcteur

Dictionnaires, encyclopédies, ouvrages spécialisés, grammaires et ouvrages sur la langue, Internet.

méthode pédagogique

> Cours magistraux.

> Exercices dirigés, individuels et collectifs, accompagnés de retours d'expérience.

> Exercices en temps limité pour acquérir un rythme de plus en plus rapide.

> Entraînement sur supports et contenus de différentes natures.

évaluation

> Exercices en temps limité.

> QCM.

public

Journalistes rédacteurs et secrétaires de rédaction, pigistes travaillant pour la presse papier, la presse d'entreprise, la presse municipale ou le Web, traducteurs, éditeurs, chargés de communication.

corriger sur le Web

les spécificités du numérique

durée
14 h

compétences visées

■ Connaître l'environnement du Web ■ Appréhender les contraintes techniques de la correction associées au Web ■ S'initier au code ■ Savoir corriger rapidement

programme

> Découvrir l'environnement web

Analyser des sites et des blogs. Connaître la structure des sites d'information ; mise à jour d'un site (FTP, liens, etc.). S'initier au code HTML. Maîtriser les termes techniques. Connaître les formats de fichiers utilisables.

> Adapter la correction aux enjeux du Web

Comprendre les enjeux et les hiérarchies du Web. Améliorer la qualité, l'efficacité et la présentation du texte et de l'editing. Adapter le code typographique aux besoins particuliers de l'écran. Utiliser les codes ASCII. Apprendre les limites de la correction sur le Web.

> Savoir corriger rapidement

Adapter l'intervention du correcteur au rythme de mise en ligne et d'actualisation : les éléments à privilégier ; travailler sa rapidité. S'exercer à de nombreux cas pratiques. Utiliser un correcteur orthographique : les atouts, les pièges et les limites du logiciel. Apprendre à le paramétrer.

méthode pédagogique

> Cours magistraux.

> Exercices dirigés, individuels et collectifs, accompagnés de retours d'expérience.

> Exercices en temps limité pour acquérir un rythme de plus en plus rapide.

évaluation

> Exercices en temps limité.

> QCM.

public

Correcteurs, secrétaires de rédaction, rédacteurs, éditeurs, auteurs, et toute personne ayant déjà une expérience de la correction.

objectif zéro faute

améliorer la qualité orthographique et grammaticale

durée
21 h

compétences visées

- Améliorer ses compétences en vocabulaire, en grammaire et en syntaxe
- Surmonter rapidement les difficultés de la langue, les exceptions et les cas particuliers
- Traquer les fautes
- Apprendre à se servir efficacement des outils (grammaires, dictionnaires, Internet)

programme

> Connaître les difficultés qui se rapportent aux noms et aux adjectifs

Le genre des noms et des adjectifs. Les pluriels des noms propres, des mots étrangers. Le cas spécifique des mots composés. Les difficultés des adjectifs, des adjectifs numéraux et des adverbes.

> Maîtriser les règles qui régissent les accents et les accords

Les accents, les préfixes, les traits d'union. Les principales difficultés du verbe. L'accord des participes passés et du verbe avec le sujet.

> Appliquer la concordance des temps

> Savoir analyser une phrase

Les fonctions dans les phrases simples et dans les phrases complexes.

méthode pédagogique

- Cours magistraux.
- Étude de cas concrets.
- Exercices d'application et de correction.

évaluation

- Exercices en temps limité.
- QCM.

public

Correcteurs, journalistes, secrétaires de rédaction et rédacteurs, pigistes travaillant pour la presse papier, le Web, les blogs, la presse d'entreprise ou municipale, éditeurs, chargés de communication.

les fondamentaux du livre numérique

gérer un projet éditorial

durée
21 h

compétences visées

- Connaître les possibilités techniques du livre numérique ainsi que les différentes contraintes qui leur sont associées
- Acquérir les bons réflexes pour gérer un projet numérique
- S'initier à la production d'un livre numérique

programme

> Établir le cahier des charges d'un projet de livre numérique

Ce qu'il est possible ou non de faire, les contraintes techniques et économiques, les logiciels utilisés, les bonnes pratiques de fabrication.

> Gérer un projet numérique

Élaborer un projet réaliste, communiquer avec son prestataire, les bons fichiers à fournir, évaluer les délais, les coûts, la qualité d'un fichier fourni.

> S'initier à la production d'un livre numérique

Panorama des possibilités offertes par chaque logiciel — InDesign, Sigil, iBooks Author et différents logiciels de traitement de texte — et prise en main.

méthode pédagogique

- Cours magistraux intégrant de nombreux exercices.
- Études de cas animées par l'intervenant.

évaluation

- Exercice en temps limité corrigé par l'intervenant.

public

Éditeurs, assistants d'édition, directeurs éditoriaux, auteurs, et toute personne souhaitant mener un projet de livre numérique.

produire un livre numérique au format ePub

les outils techniques

durée
28 h

compétences visées

- Connaître les éléments constitutifs d'un ePub et maîtriser ses fonctionnalités
- Manier les différents outils de production d'un livre numérique au format ePub
- S'initier aux bases du XML, du HTML et des CSS
- Fabriquer un ePub de A à Z à partir de fichiers sources

programme

> Manier les outils de production d'un ePub

Explorer un fichier ePub et ses différentes fonctionnalités. Découvrir les outils qui permettent de créer des livres numériques à partir d'une maquette préexistante.

> S'initier aux bases du XML, du HTML et des CSS

Balises, structure d'un document, nettoyage des sources, styles des balises HTML.

> Découvrir les logiciels Sigil et iBooks Author

Création d'un squelette de livre numérique, exploration des différentes fonctionnalités.

> Fabriquer un ePub de A à Z

Création et intégration de différents éléments — couverture, textes, images, légendes — à un fichier ePub. Gestion typographique, tableaux et infographies. Interactivité : notes, partage, liens, tables des matières.

méthode pédagogique

- Cours magistraux intégrant de nombreux exercices.
- Études de cas animées par l'intervenant.
- Atelier de production d'ePub.

évaluation

- Un exercice en temps limité corrigé par l'intervenant
- Une évaluation de l'ePub produit à partir d'une grille spécifique

public

Assistants d'édition et éditeurs confirmés, techniciens de fabrication, auteurs, responsables de communication. Les participants devront posséder de bonnes aptitudes aux outils informatiques.

les outils numériques de l'éditeur

promouvoir et commercialiser des livres avec des outils numériques

durée
14 h

compétences visées

- Connaître et s'approprier les outils numériques nécessaires au métier d'éditeur
- Mettre à profit les fonctionnalités du numérique pour optimiser son niveau d'information, sa visibilité et sa relation aux lecteurs et aux libraires

programme

> Organiser une veille éditoriale efficace sur Internet et les réseaux sociaux

Sites spécialisés, blogs, newsletters, Twitter, Facebook, etc. Avantages et inconvénients de chaque outil. Modalités d'utilisation. Méthodologie pour la mise en place d'une boîte à outils personnalisée.

> Découvrir la communication digitale et le webmarketing de l'édition

Les clés pour élaborer une stratégie digitale. Les différents canaux : site web de la maison d'édition, réseaux sociaux, clubs de lecture, publicité, newsletter ; veille médias et e-réputation. Les raisons de faire du marketing digital. L'importance des métadonnées.

méthode pédagogique

- Cours magistraux.
- Études de cas animées par l'intervenant.
- Atelier de mise en œuvre d'une boîte à outils personnalisée.

évaluation

- Étude de cas corrigée par l'intervenant.
- Évaluation de la boîte à outils personnalisée à partir d'une grille spécifique.

public

Éditeurs, assistants d'édition, directeurs éditoriaux, et personnes occupant d'autres fonctions intégrées ou associées aux maisons d'édition, comme les responsables des droits étrangers, les auteurs.

communication numérique et marketing digital pour les éditeurs

promouvoir et commercialiser des livres avec les outils numériques

durée
35 h

compétences visées

- Élaborer des stratégies de communication et de marketing digital
- Utiliser les outils numériques pour optimiser son niveau d'information, sa visibilité, son potentiel commercial, sa relation aux lecteurs et aux libraires

programme

> Élaborer une stratégie digitale de communication

Élaborer sa stratégie digitale. Les différents canaux : site web de la maison d'édition, réseaux sociaux, clubs de lecture, publicité, newsletter. Prendre la parole sur les réseaux sociaux et choisir le bon réseau. Veille médias, e-réputation, veille sectorielle.

> Appréhender le webmarketing

Trois raisons de faire du marketing digital (vendre plus et vendre autrement : vente en ligne, plateformes de e-commerce ; mieux connaître ses lecteurs ; amplifier l'audience d'une œuvre). Repérer les nouvelles tendances du marketing digital. L'importance des métadonnées : comprendre leur rôle ; les élaborer plus efficacement

> Organiser une veille éditoriale efficace

sur Internet et les réseaux sociaux
Sites spécialisés, blogs, newsletters, Twitter, Facebook, etc. Avantages et inconvénients de chaque outil. Modalités d'utilisation. Méthodologie pour la mise en place d'une boîte à outil personnalisée.

méthode pédagogique

- > Cours magistraux intégrant fiches méthodologiques.
- > Études de cas.
- > Atelier de mise en œuvre d'une boîte à outils personnalisée.

évaluation

- > Étude de cas corrigée par l'intervenant.
- > Évaluation de la boîte à outils personnalisée à partir d'une grille spécifique.

public

Éditeurs, assistants d'édition, directeurs éditoriaux, et autres fonctions intégrées ou associées aux maisons d'édition comme les responsables des droits étrangers, les auteurs

droits de l'édition

les enjeux du droit dans la pratique éditoriale

durée
21 h

compétences visées

- Acquérir les connaissances juridiques nécessaires à l'exercice du métier d'éditeur
- Identifier et comprendre les enjeux qui découlent du droit dans la pratique éditoriale, en particulier avec le numérique

programme

> S'initier au code de la propriété intellectuelle et appréhender le cadre législatif

La notion de droit d'auteur, la protection des œuvres, les droits des auteurs : droit moral, droit patrimonial, exceptions, durée. Loi sur le prix unique. TVA du livre. Liberté de publier.

> Appliquer le droit d'auteur à l'image

Exploitation des images protégées. Droit des personnes et droit des œuvres représentées sur une image.

> Exploiter les autres contenus protégés

Textes spécialisés, schémas, plans, contenus issus d'Internet, etc.

> Connaître les contrats de l'édition

Contrat type d'édition et autres contrats (traduction, coédition, diffusion-distribution).

> Maîtriser la réglementation du livre numérique

Cadre législatif : prix unique du livre numérique, TVA du livre numérique, loi sur les livres indisponibles, œuvres orphelines. Le contrat d'édition numérique. Mise à jour des contrats passés. Les autres contrats (développeur, diffusion-distribution).

méthode pédagogique

- > Cours magistraux intégrant de nombreux exemples.
- > Études de cas dont la synthèse est guidée par l'intervenant.

évaluation

- > QCM.
- > Étude de cas corrigée à partir d'une grille spécifique.

public

Éditeurs, secrétaires d'édition, responsables des droits étrangers, auteurs, traducteurs, et toute personne souhaitant mener à terme un projet éditorial.

auteurs : maîtrisez et négociez vos droits

les bases juridiques

durée
21 h

compétences visées

- Acquérir les connaissances juridiques nécessaires à la compréhension et à la négociation des contrats
- Connaître toutes les exploitations possibles d'une œuvre et leurs incidences contractuelles
- Bien comprendre les relevés de compte
- Gérer ses droits
- Gérer les différends

programme

> Connaître ses droits

Analyser les différentes exploitations possibles d'une œuvre. En saisir les enjeux juridiques et commerciaux. S'initier au droit d'auteur. Connaître les différents types de contrats (édition, traduction, adaptation, collaboration, illustration) et les contrats types.

> Négocier un contrat

Céder ses droits : lesquels, pour quelle durée ? Calculer une avance, des royalties : quels taux, quelles assiettes ? Négocier ses droits numériques, un droit de préférence, etc. Négocier à l'international ou avec des producteurs.

> Contrôler et défendre ses intérêts

Connaître les notions de base du commerce du livre : les offices, les provisions sur retour, les ventes fermes, etc. Analyser et contrôler ses relevés de compte. S'initier aux rudiments de la comptabilité auteur : droits d'auteur, TVA, etc. Gérer les conflits : quels sont les conflits les plus fréquents, quels recours, quels usages, quels arbitrages.

méthode pédagogique

- > Cours magistraux intégrant de nombreux exemples.
- > Études de cas dont la synthèse est guidée par l'intervenant.

évaluation

- > QCM.
- > Étude de cas corrigée à partir d'une grille spécifique.

public

Auteurs, illustrateurs, traducteurs, directeurs de collection, éditeurs, secrétaires d'édition.

Illustrator

réaliser des dessins vectoriels

durée
28 h

compétences visées

- Définir le rôle et les principes d'Illustrator et la notion d'image vectorielle
- Concevoir et combiner des objets vectoriels simples
- Modifier un objet vectoriel
- Créer et appliquer une couleur, un dégradé de couleurs
- Appliquer des transparences simples
- Créer, modifier, enrichir la structure de la lettre

programme

> Organiser et mémoriser son espace de travail

Se repérer dans l'interface : les menus, les outils, les palettes et les zooms.

> Connaître le vocabulaire de base

Les notions de couleurs quadri / RVB / tons directs, tracés, points d'ancrage.

> Les pictogrammes

et autres dessins simplifiés. Comprendre la logique du dessin vectoriel avec l'utilisation des formes géométriques et des outils de transformation.

> La technique du dessin

L'outil-clé d'Illustrator : la Plume. Réalisation de dessins et d'infographies presse avec tous les outils de dessin réunis (Crayon, pinceau, plume...). Transposition et mise en couleurs d'images bitmap (les images de Photoshop) en objets vectoriels.

> Les logos et autres objets de communication

Utilisation de l'outil Texte dans toute sa complexité (texte vectorisé, curviligne...).

> Les cartes

Réalisation de plans et de cartes à partir d'un modèle.

> Les graphiques

Camemberts, graphiques à barres, etc., à plat ou en 3D. Choisir les formats d'enregistrement.

méthode pédagogique

- > Cours magistral soutenu par une vidéo-projection de repères commentés.
- > La méthode est progressive et repose sur l'exemple à reproduire.

évaluation

- > Exercices en temps réel corrigés par l'intervenant.
- > Autoévaluation en fin de module.

public

Maquettistes, graphistes, journalistes, éditeurs. Aucune connaissance précise en dessin n'est exigée pour ce cours d'initiation.

InDesign

créer des documents de communication, d'information, d'édition

durée
28 h



compétences visées

■ Définir la place d'InDesign dans la chaîne graphique ■ Comprendre les principes d'InDesign ■ Élaborer une méthode de travail efficace ■ Réaliser un document structuré

programme

> Prendre en main le logiciel

Fenêtres et outils, déplacements et affichages.

> Structurer les pages d'un document

Placement et structuration des pages en fonction de l'objet à réaliser. Le placement du texte sur une ou plusieurs pages (le chaînage des blocs et des pages).

> Manipuler les blocs

Déplacement, suppression, duplication des blocs. Modification de leur aspect (couleurs, formes, contours). Organisation du texte dans les blocs (Options de bloc de texte). Différentes formes de bloc.

> Traiter le texte

Enrichissement du texte (choix des éléments de lettre: typo, corps, couleur...) et des paragraphes (alignements, marges et espaces...). Hiérarchisation du texte (titre, chapô...). Caractères spéciaux et correction du texte (pour empêcher un mot d'être coupé, pour forcer un alignement précis, la fenêtre Rechercher/remplacer...). Placement des critères typographiques dans une bibliothèque (styles de caractère et de paragraphe).

> Les images

Déplacement, changement de taille, rotation des blocs ou/et des images. Habillage. Liens entre les images d'InDesign et Photoshop.

> L'enregistrement du travail

Rassembler tous les éléments ayant servis à construire les pages. Le PDF.

méthode pédagogique

> Cours magistral soutenu par une vidéo-projection de repères commentés.

> Étude de cas: analyse de documents, production ou reproduction de pages types à partir des acquis fonctionnels.

évaluation

> Exercices en temps réel corrigés par l'intervenant.

> Autoévaluation en fin de module.



public

Maquettistes, graphistes, journalistes rédacteurs et secrétaires de rédaction, éditeurs, chargés de communication, de marketing, d'édition.

InDesign

[perfectionnement]
enrichir ses articles, scénariser l'information pour les médias digitaux

durée
21 h



compétences visées

■ Utiliser les fonctions graphiques avancées ■ Gérer les cas particuliers de fabrication ■ Utiliser les fonctions de texte avancées ■ Gérer des documents longs

programme

> Analyser ses acquis

Faire un passage en revue des points essentiels devant être maîtrisés (chaînage, habillage, filets de paragraphe, blocs ancrés, maîtrise de la gestion des images...).

> Construire des gabarits

Choix du contenu (numérotation automatique des pages, pieds de page, rubriques, etc.). Création de plusieurs gabarits et application aux pages. Création du fichier « modèle » final.

> Gérer le texte

Subtilités des styles de paragraphes (grille de ligne de base, imbrications des styles, tabulations...).

Révisions sur la correction du texte (caractères spéciaux, règles de mise en page, césures). Tables des matières automatiques. Indexation.

Notes de bas de page.

> Préparer et intégrer les images

Convergence vers Photoshop: analyse des formats et de la résolution des images pour l'imprimeur.

> Enrichir les images et dessins vectoriels

Rappel des modes de couleurs (quadrichromie/trichromie, couleurs Pantone, gestion du nuancier). Passages faciles d'Illustrator vers InDesign. Habillages et détourages: couches alpha, chemins de détourage.

> Finaliser des documents

Vérifier les documents pour l'imprimeur: procéder à la révision de l'assemblage pour le format InDesign et le format PDF.

méthode pédagogique

> Cours magistral soutenu par une vidéo-projection de repères commentés.

> Étude de cas: analyse de documents, production ou reproduction de pages types à partir des acquis fonctionnels.

évaluation

> Exercices réalisés en temps réel et corrigés par l'intervenant.

> Autoévaluation en fin de module.



public

Toute personne ayant déjà une expérience du logiciel InDesign

Photoshop

s'initier à la retouche et au traitement de l'image

durée
28 h



compétences visées

■ Définir le rôle et les principes de Photoshop ■ Créer et combiner des objets vectoriels simples ■ Modifier un objet vectoriel ■ Créer et appliquer une couleur, un dégradé de couleurs ■ Appliquer des transparences simples ■ Placer du texte ■ Choisir le format d'enregistrement d'un logo

programme

> Traiter l'image numérique

Taille de l'image et résolution. Modes de couleur (CMJN, niveaux de gris et bitmap, RVB).

Recadrage et rotation des images.

Agrandissement de la zone de travail. Redimensionnement, torsion, perspective...

> Procéder aux premières retouches de l'image

Contrastes, couleurs, netteté. Correction des défauts.

> Utiliser les calques

Différence entre un arrière-plan et un calque. Création, regroupement et fusion des calques. Fusion et transparence des pixels.

> Se servir des masques de fusion

Isoler des parties d'image.

> Choisir les styles de calque

Créer des ombres portées, des effets de relief...

> Manipuler sur les sélections et les détourages

Outils: Baguette magique et Sélection rapide, Lasso. L'enregistrement des sélections. Les tracés de l'outil Plume.

> Finaliser par l'enregistrement et l'exportation des fichiers

Les formats du print. L'enregistrement pour le Web. Rendre fluide la migration vers InDesign.

méthode pédagogique

> Cours magistral soutenu par une vidéo-projection de repères commentés.

> Étude de cas: analyse de documents, production ou reproduction de pages types à partir des acquis fonctionnels.

évaluation

> Exercices en temps réel corrigés par l'intervenant.

> Autoévaluation en fin de module.



public

Graphistes, maquettistes, photographes, journalistes.

Photoshop

[perfectionnement]
approfondir les méthodes de traitement de l'image

durée
21 h



compétences visées

■ Vérifier les acquis ■ Approfondir les méthodes de traitement de l'image, les corrections chromatiques, les détourages et les montages photo non destructifs ■ Préparer l'impression

programme

Réviser les notions de taille et de résolution.

> Elaborer un montage

Les calques et masques de fusion.

> Calques et filtres dynamiques

Utiliser les calques de formes.

> Les formes vectorielles

L'outil Plume. Les détourages complexes: révision des tracés avec l'outil Plume et révision des masques de fusion.

> Préparer les couleurs

Les tons directs et la bichromie.

> Procéder à la retouche photo

Révisions sur la retouche photo par les calques de réglage.

> Gérer correctement le texte

Le texte curviligne et captif. La déformation du texte (pixellisation et vectorisation).

Révision sur les styles de calque.

> Adopter les fonctions nouvelles du logiciel

L'échelle fondée sur le contenu. Le remplissage d'après le contenu. La déformation de la marionnette...

> Façonner les images animées pour le Web. Les gifs animés.

> Automatiser son travail

Les scripts. Le traitement par lots.

> Enregistrer ses fichiers

Les différents formats de l'image pour le print. L'enregistrement. Les différents formats.

méthode pédagogique

> Cours magistral soutenu par une vidéo-projection de repères commentés.

> Étude de cas: analyse de documents, production ou reproduction d'images et de montages types à partir des acquis fonctionnels.

évaluation

> Exercices en temps réel corrigés par l'intervenant.

> Autoévaluation en fin de module.



public

Graphistes, maquettistes, dessinateurs, photographes, journalistes ayant déjà des notions de base de Photoshop.

IUX design = UI+UX design

comprendre les enjeux de l'expérience interface/utilisateur

durée
35 h

compétences visées

■ Identifier les enjeux du design d'expérience utilisateur ■ Adopter une démarche de conception centrée utilisateur ■ Connaître et appliquer les méthodes de l'UX design ■ Améliorer la qualité et la performance des interfaces

programme

- Se familiariser avec l'histoire du webdesign.
- Procéder à l'analyse de sites par l'observation des mouvements et tendances graphiques et des évolutions technologiques.
- Comprendre les fonctions de l'UX : ses deux objectifs et son processus de conception (connaître l'utilisateur, les notions d'empathie, d'itération).
- Procéder à la création de personas (scénario et parcours).
- Créer une arborescence et des wireframes sur Balsamiq.
- Engager les étapes de conception et pratiquer la Gestalt théorie
- Adopter l'idéation et l'itération.

méthode pédagogique

➢ Cours magistral soutenu par une vidéo-projection de repères commentés.

évaluation

➢ Mise en application directe sur un site conçu et réalisé pendant le module.

public

Créatifs, graphic designers, webdesigners. Utilisateurs réguliers et confirmés du Web et des interfaces interactives.

Motion

concevoir les images avec le mouvement

durée
21 h

compétences visées

■ Prendre en main un outil idéal pour créer des effets, transitions et titres. Doper ses habillages et animations ■ Concevoir des techniques de compositing 2D/3D ■ Enrichir un projet vidéo à l'aide d'animations et d'effets spéciaux

programme

➢ Concevoir un projet avec Motion

Paramétrage du format vidéo. Principe de l'animation à partir d'images clés. Import des rushes vidéo, photo et son. Familiarisation avec la timeline. Création d'un texte animé. Mise en place d'images clés sur les différents paramètres de transformation (position, échelle). Utilisation des effets, des comportements et des filtres (flous, ombres. Tracking.

➢ Créer une animation dans un environnement 3D

Création d'une ou de plusieurs caméras. Gestion de l'espace en trois dimensions. Composition et décomposition dans un environnement en 3D. Création d'un diaporama évolué. Utilisation des masques. Création de formes.

Compositing vidéo. Aperçu de la gestion des effets préprogrammés. Utilisation des filtres de correction visuelle.

➢ Gérer le travail en temps réel

Importer des médias : vidéos, sons, images fixes.

➢ Exporter vers Final Cut X

Générer un modèle pour Final Cut X avec zone de drop. Exporter un fichier vidéo autonome.

méthode pédagogique

➢ Cours magistral soutenu par une vidéo-projection de repères commentés.

évaluation

➢ Mise en application directe par une animation réalisée pendant le module.

public

Graphistes, monteurs, truqueurs, toute personne issue des univers audiovisuel et graphique maîtrisant l'usage des documents multi calques, des masques de fusion, des courbes de Bézier dans Photoshop.

After Effects

[initiation]

créer des animations graphiques simples pour tous supports et à partir de n'importe quel type de source

durée
35 h

compétences visées

■ Définir les champs d'application d'After Effects dans l'univers de l'animation graphique ■ Comprendre les principes de l'animation et du compositing 2D ■ Acquérir une méthodologie et optimiser le flux de production ■ Réaliser une animation en motion design

programme

➢ Appréhender les bases de l'animation

Configurer le projet pour une diffusion polyvalente. Paramétrer la composition : définir le format et la cadence. Importer les médias. Gérer les images clés pour animer les calques. Comprendre les interpolations spatiales et temporelles.

➢ Acquérir une méthodologie

et optimiser le flux de production. Optimiser les projets et le flux de production. Comprendre et expérimenter le bon usage des pré-compositions. Optimiser les prévisualisations.

➢ Hiérarchiser les plans et définir le compositing 2D

Gérer les compositions et les pré-compositions. Ajouter et animer des « solides » et des « calques de forme ». Exploiter les objets nuls avec des liens de parenté et des hiérarchies de calques. Utilisation des caches.

➢ S'initier au motion graphic design

(Étude de cas). Analyse de l'étude de cas et recherches de références (photos, infographies, vidéos...). Création d'éléments graphiques dans Illustrator ou Photoshop. Animation des éléments dans After Effects.

➢ Finaliser le projet

Perfectionner les rendus et les compressions. Choisir les formats d'exportation vidéo pour un usage broadcast, pour le Web et pour les terminaux mobiles.

méthode pédagogique

➢ Cours magistral soutenu par une vidéo-projection de repères commentés ➢ afin de définir les champs d'application d'After Effects dans l'univers de l'animation graphique

évaluation

➢ Étude de cas : visionnage et analyse de projets utilisant différentes techniques. ➢ Mise en application directe par une animation réalisée pendant le module.

public

Graphistes, monteurs, truqueurs, toute personne issue des univers audiovisuel et graphique

maîtrisant l'usage des calques multiples, des masques de fusion et des courbes de Bézier dans Photoshop ou dans Illustrator.

découverte de DaVinci Resolve

l'étalonnage numérique

durée
35 h

compétences visées

■ Dimensionner et configurer la solution matérielle requise pour étalonner avec DaVinci Resolve ■ Conduire un projet de façon efficace : importations, étapes de travail et livraisons ■ Procéder à l'étalonnage avec méthode : des rushes bruts à l'intention finale ■ Piloter l'interface à la souris et avec une surface de contrôle ■ Optimiser la productivité et la qualité des raccords grâce aux « mémoires » ■ Gérer les raccords, en lumière et en couleur, grâce aux outils intégrés à Resolve ■ Finaliser leurs projets en multi-supports

programme

➢ Gestion de projet et familiarisation avec l'interface

Découverte des fonctionnalités de DaVinci Resolve : montage, étalonnage, mixage, finishing et rendering. Logique de fonctionnement d'un projet d'étalonnage et son inscription dans un workflow complet (tournage, montage, mixage, étalonnage, finishing et livraison).

➢ Paramétrer un projet

Définition, FPS, espace de couleur, entrées et sorties vidéo, sauvegardes automatiques, fichiers de caches, raccourcis clavier, etc. Étude de chacun des espaces de travail primaires.

➢ Prendre en main le logiciel

Étalonnage avec DaVinci Resolve. Les fonctionnalités d'édition de DaVinci Resolve. Maîtriser les effets, ajouter des titres, la conformation de projets.

➢ Comprendre la procédure d'export

Export intégral de film. Travail avec un gestionnaire de base de données.

➢ Finaliser un projet en multi-supports

Partage de session vers d'autres logiciels de montage.

méthode pédagogique

➢ Cours magistral avec vidéo-projection de soutien.

évaluation

➢ Évaluation par l'intervenant des travaux ou exercices effectués tout au long de la formation. ➢ Questionnaire rempli par le stagiaire à l'issue de la session.

public

Chefs opérateurs ou opérateurs de prises de vue, réalisateurs techniciens, monteurs : tout professionnel de

l'image souhaitant maîtriser l'architecture du logiciel et acquérir une méthodologie de travail efficace

Final Cut Pro X Final Cut Pro X

s'initier à un logiciel de montage virtuel

durée
28 h

compétences visées

- Apprendre les fondamentaux du logiciel Final Cut Pro X, dont la timeline magnétique change les habitudes du montage et de la post-production.
- Effectuer le montage d'un programme complet depuis l'importation des rushes jusqu'aux exports
- Importer des rushes en mode fichier et exporter un montage
- Appliquer des sous-titres, élaborer des titrages et des effets de transition
- Utiliser les fonctionnalités avancées de compositing et d'habillage du logiciel

programme

> Se familiariser avec l'interface et la nouvelle arborescence du logiciel

Création d'un nouveau projet. Préparation et importation des données (vidéo et son). Définition des différents formats vidéo supportés. Organisation des chutiers de données, utilisation des collections de mots-clés, des favoris et des plans rejetés. La timeline magnétique. Fonction de base et sélection des clips avec les raccourcis clavier.

> Dérusher avec l'utilisation de mots-clés et de collections intelligentes

Les outils de sélection, de coupe et de raccord. Définition d'un plan de coupe et des illustrations. Insertion des illustrations. La gestion des pistes son. Insertion et réglage des niveaux audio des différentes sources sonores (direct, ambiance, musique...).

> Utiliser les outils d'animation, correction et titrage

Insertion d'un texte, d'un titre. Animation d'une photo. Étalonnage simple : correction de la colorimétrie. Les formats de diffusion. Réaliser un export. Prise en main complète et méthodologie de production.

méthode pédagogique

> Cours magistral soutenu par une vidéo-projection de repères commentés.

> Alternance de théorie, de démonstrations et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices. Sur la base d'objectifs à atteindre et de fonctions obligatoires à utiliser, des mises en situation fondées sur des cas réels sont proposées.

évaluation

> Évaluation par l'intervenant des travaux ou exercices effectués tout au long de la formation.

public

Photographes, graphistes et infographistes, journalistes, webmasters, réalisateurs.

[perfectionnement]

se perfectionner à un logiciel de montage virtuel

durée
21 h

compétences visées

- Apprendre à optimiser ce logiciel dont la timeline magnétique change les habitudes de montage et de post-production
- Savoir maîtriser l'outil d'Apple, tourné résolument vers le multimédia, de l'importation à la préparation de la diffusion

programme

> S'entraîner en utilisant les fonctions de base

Interface et nouvelle arborescence de Final Cut Pro X.

Préparation et importation des données (vidéo et son).

Définition des différents formats vidéo supportés.

La timeline magnétique.

Fonctions de base et sélection des clips avec les raccourcis clavier.

> Acquérir les fonctions avancées

Gestion des supports vidéo DSLR de type 5D Mark II et III, D800...

Montage multicaméras, synchronisation des rushes issus de sources diverses (Zoom H4, Mark II).

L'habillage et la gestion des filtres avancés : animation des masques.

Aperçu des différents plugins présents sur le marché.

Passerelle avec le logiciel de Motion 5. Création de textes, de titres et d'animations.

Étalonnage colorimétrique. Exports.

méthode pédagogique

> Cours magistral soutenu par une vidéo-projection de repères commentés.

> Alternance de théorie, de démonstrations et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices.

> Sur la base d'objectifs à atteindre et de fonctions obligatoires à utiliser, des mises en situation fondées sur des cas réels sont proposées.

évaluation

> Évaluation par l'intervenant des travaux ou exercices effectués tout au long de la formation.

> Autoévaluation en fin de module.

public

Photographes, graphistes et infographistes, journalistes, webmasters, réalisateurs.

Premiere pro Premiere pro

s'initier à un logiciel de montage virtuel

durée
28 h

compétences visées

- Définir les aspects techniques des fichiers audio et vidéo et la place de Premiere Pro dans la chaîne de production audiovisuelle
- Identifier les principes du montage vidéo
- Élaborer une méthode de travail efficace
- Réaliser un montage simple
- Réaliser des montages structurés

programme

> Se familiariser avec le logiciel

Les différentes fenêtres, leurs fonctions. Les formats, supports, normes et termes nécessaires à la bonne compréhension du montage vidéo.

> Comprendre les fonctions de capture ou de numérisation, le dérushing

Les deux différents modes de numérisation : par plans ou par lots. Mise en application : explication de la fenêtre de numérisation, rôle des time-codes. Importation d'éléments autres que la vidéo : son, image fixe, animations. Compatibilité des formats, codecs.

> Procéder au montage

Montage à trois points. Les outils de base, leurs particularités. Outil Plume : premiers effets. Magnétisme, sélections liées, etc. Fusion des pistes. Effets et transitions. Description de la palette d'effets, application des effets, notion de rendu.

Onglet Filtre : paramétrage des effets. Animation, titrage et exportation. Définition de l'animation et de l'image clé : accélération, ralenti, inversion, zoom, déplacement, rotation. Définition de l'outil de titrage. Les outils d'étalonnage et de mixage. Les types d'exportation.

méthode pédagogique

> Cours magistral soutenu par une vidéo-projection de repères commentés.

> Alternance de théorie, de démonstrations et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices. Mises en situation fondées sur des cas réels.

évaluation

> Évaluation par l'intervenant des travaux ou exercices effectués tout au long de la formation.

public

Photographes, graphistes et infographistes, journalistes, webmasters, monteurs, réalisateurs.

[perfectionnement]
se perfectionner à un logiciel de montage virtuel

durée
21 h

compétences visées

- Utiliser un outil incontournable de montage vidéo professionnel sur Mac et PC
- Connaître les formats numériques de production et de compression
- Manier l'acquisition vidéo et audio
- Perfectionner son montage
- Travailler sur l'animation, les effets, le titrage et le générique

programme

> Développer les méthodes de montage

Préparation des chutiers pour le montage. Navigation dans la timeline, fenêtre de raccord et de Trim dynamique.

Création d'un titrage simple et d'un générique défilant.

> Utiliser les outils avancés

Création de multiplans en vue d'un montage multicaméras.

S'initier à Prelude.

Logger pour ajouter des marques de commentaire, des sub-clips, etc.

Animation images clés. Match Frame, marqueurs...

Transitions et filtres vidéo.

Gestion de la synchronisation.

Gestion de la vitesse et images fixes : time remapping controls.

Enregistrer un commentaire, mixer le son.

> Créer et retoucher l'animation par les effets image

Incrustation luminance et chrominance.

Correction colorimétrique.

Utiliser l'opmlémentarité avec Photoshop et After Effects.

Optimiser le montage.

Remontage d'un même film sur différentes durées.

> Procéder aux exports et sorties

Utilisation de Media Encoder pour l'exportation et la compression.

méthode pédagogique

> Cours magistral soutenu par une vidéo-projection de repères commentés.

> Alternance de théorie, de démonstrations et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices. Mises en situation fondées sur des cas réels.

évaluation

> Évaluation par l'intervenant des travaux ou exercices effectués tout au long de la formation.

public

Photographes, graphistes et infographistes, journalistes, webmasters, monteurs, réalisateurs.

les outils de sous-titrage

principalement utilisés pour les spectateurs sourds ou malentendants et ceux qui parlent une langue différente de celle du film

durée
7 h



compétences visées

■ Maîtriser les tâches techniques du sous-titrage (repérage, calage, simulation) et l'ensemble des fonctionnalités du logiciel de sous-titrage

programme

> Le principe

Le sous-titrage de vidéos et de films prend aujourd'hui majoritairement la forme d'un fichier de sous-titres « appelé » lors du visionnage de la vidéo ou du film.

> Les fichiers de sous-titres

Ils contiennent le texte et les codes temporels correspondant au moment où chaque ligne de texte doit être affichée. Certains fichiers peuvent également contenir des informations sur la position et le style, particulièrement utiles pour les spectateurs sourds et malentendants.

> Les logiciels permettant de créer le fichier de sous-titres

L'offre pour la production cinéma et broadcast et l'offre de logiciels gratuits pour les productions web ou TV.

> Cas pratique : créer des sous-titres avec Jubler, un logiciel qui fait l'unanimité

Logiciel open source de création de sous-titres, Jubler permet à la fois de créer des sous-titres, de convertir, modifier ou corriger des fichiers de sous-titres existants.

méthode pédagogique

- > Exercices en groupe.
- > Corrections - Critiques
- > Exercices individuels.
- > Corrections.

évaluation

- > Questionnaire rempli par le stagiaire à l'issue de la session.



public

Auteurs, traducteurs spécialisés dans l'audiovisuel ou prédisposés à l'adaptation de dialogues voulant faire du sous-titrage sur Ayato. Chargés de production ou autres membres de la chaîne de post-production ayant besoin de mieux comprendre cette étape et de maîtriser le logiciel pour effectuer de petits travaux de sous-titrage.

prise de son, montage et post-production

obtenir un rendu professionnel

durée
21 h



compétences visées

■ Savoir quel micro utiliser pour capter une ambiance sonore ou une interview et comment la monter ■ Maîtriser les fondamentaux de l'écriture audio. Le son numérique

programme

> S'initier aux fondamentaux

Les formats et les supports de l'audio numérique.

> Connaître les bases de la prise de son

Le matériel : enregistreurs numériques et smartphones.

Les différents types de micro.

Les accessoires

Les conditions d'enregistrement : intérieur ou extérieur.

> Réaliser un reportage

Les spécificités du reportage audio : les interviews, raconter avec des sons, l'importance des ambiances sonores.

> Pratiquer le montage et la post-production pour le Web

Les principes du montage son. L'utilisation des pistes, les bases du mixage. Les jingles, les formats d'export, l'export.

méthode pédagogique

- > Mise en situation sous forme de travaux dirigés individuels.

évaluation

- > Questionnaire rempli par le stagiaire à l'issue de la session.



public

Photographes et journalistes.

mouvements de caméra, cadrages et lumière

le travail du chef opérateur

durée
14 h



compétences visées

■ Améliorer sa pratique en domestiquant les mouvements de caméra ■ Maîtriser les bases de l'éclairage pour l'interview ■ Apprendre à choisir ses éclairages

programme

> Mettre en place son matériel

Comment choisir son pied de caméra et ses accessoires pour réaliser des mouvements de caméra. Apprendre à réaliser des panoramiques fluides. Les outils pour le travelling. Les mouvements en marchant. Travelling à l'épaule.

Apprendre à combiner les mouvements de caméra pour enrichir son film.

> Contrôler le cadre de composition

Analyse et pratique du cadre et de la composition. Les valeurs de plans, le choix de la focale, l'axe de prise de vue et leurs rôles dans la narration.

Sémantique et esthétique de l'image et cadrage dramatique. Donner un sens à son cadre. Exercices pratiques et dérushage critique.

> Régler la lumière pour l'interview

Dépasser la notion d'éclairage 3 points. Présentation des sources lumineuses utilisées en studio. Comment faire avec un, deux ou trois projecteurs. Apprendre à maîtriser la lumière naturelle. Optimisation des menus de la caméra. Les outils légers pour amener la lumière sur son tournage.

méthode pédagogique

- > Travaux pratiques et mises en situation filmées et débriefées dans la continuité de l'exercice.

évaluation

- > Questionnaire rempli par le stagiaire à l'issue de la session.



public

Photographes, vidéastes, journalistes, réalisateurs.

filmer avec un reflex numérique

s'initier à la prise de vue HD

durée
21 h



compétences visées

■ S'initier à la prise de vue HD avec des appareils reflex numériques full HD (Canon OS 5D, 7D, Nikon D800, Panasonic GH1...) ■ Maîtriser la captation, l'import et l'export spécifiques à ce nouveau mode de prise de vue

programme

> Appréhender les fondamentaux numériques

Bases et spécificités de l'image vidéo numérique HD. Formats de fichiers SD, HD, échantillonnage, codecs, algorithmes de compression.

> Prendre en main le boîtier

Maniement des reflex. Les modes de prise de vue. Choix des optiques. La connectique. La stabilisation. Gestion du son : réglages de base, connectique, accessoires externes. La balance des blancs et la température de couleur. Filmer en HD.

> Accessoiriser et stabiliser l'appareil

Tourner pas cher mais stable : montage sur crosse ou épaulière. Ajouter un viseur. Réglages, maniement en reportage, travelling, etc. Utiliser un petit steadycam.

> Soigner la lumière

Les différentes techniques d'éclairage. Penser au son. Les particularités du son numérique.

> Produire et post-produire

Tests et exercices en intérieur et extérieur. Transfert des données HD (Final Cut Pro X, Premiere Pro). Dérushage, visionnage, exportation.

méthode pédagogique

- > Travaux pratiques de tournage et de montage de sujet et débriefing technique et éditorial.

évaluation

- > Questionnaire rempli par le stagiaire à l'issue de la session.



public

Photographes, vidéastes, journalistes, chefs opérateurs, réalisateurs, chefs de projets audiovisuels.

l'interview vidéo

utiliser les techniques de l'interview journalistique et les adapter au Web.

durée
21 h

compétences visées

■ Comprendre la méthodologie et les techniques de l'interview journalistique pour différents supports

programme

> Identifier l'intérêt de la vidéo sur le Web

Mesurer le pouvoir démonstratif, ludique et pédagogique de la vidéo. Déterminer les critères de qualité de rendu d'une vidéo web. Définir son image, sa résolution, son débit et son format.

> Se préparer

Le choix des interlocuteurs en fonction des buts recherchés (experts, témoins, célébrités). Questions-réponses, micro-trottoir, portrait, entretien : l'objectif de ces différents genres et leurs contraintes. Choisir un angle. Rédiger les questions essentielles et les questions de relance.

> Tourner

Choisir un angle et des questions courtes adaptés au Web. Différencier les types de questionnements. Classifier les types d'interviewés : l'habitué, l'occasionnel, l'expert, le témoin... Attitude et comportement lors d'une interview : créer un climat de confiance et rebondir.

> Monter

Les bases techniques pour monter un reportage. Débriefing.

> Connaître l'éthique et la déontologie

Le droit à l'image. Réflexion sur le off. Images volées et caméra cachée. Comment ne pas trahir son témoin.

méthode pédagogique

> Travaux pratiques de tournage et de montage de sujet et débriefing technique et éditorial.

évaluation

> Questionnaire rempli par le stagiaire à l'issue de la session.

public

Journalistes rédacteurs et secrétaires de rédaction, responsables et chargés de communication. Attachés de presse et chargés de relations presse. Toute personne susceptible de réaliser une interview pour le Web.

parler devant la caméra

aisance, posture et gestion du stress

durée
14 h

compétences visées

■ Gérer sa présence à l'image en début ou fin de sujet ■ Adopter un style court et concis pour synthétiser l'information ■ Écrire vite et avec du style ■ Travailler son élocution pour gagner en fluidité. ■ Gérer le stress et l'émotivité liés au direct

programme

> Écrire pour être entendu

Les bases de l'écriture vidéo.

Écrire court et simple.

Le travail de préparation.

Construire et répéter son texte.

Maîtriser son angle et sa durée.

L'importance du lancement.

> L'efficacité du message

Les points à privilégier ou à éliminer.

Faire ressortir l'information.

La différence avec la presse écrite.

Éviter la redondance.

Élaguer et préciser sa présentation et/ou son argumentaire.

Exemples et analyses.

> Exercices pratiques

Maîtriser sa posture devant la caméra.

Gérer sa respiration.

Les stagiaires seront filmés en plan fixe après avoir écrit de petits lancements et des sujets.

Chacun s'exprimera plusieurs fois devant la caméra afin de parvenir à une parole fluide et convaincante.

Débriefing.

méthode pédagogique

> Travaux pratiques et mises en situation filmées et débriefées dans la continuité de l'exercice. Il s'agira de permettre aux participants de développer leur aisance devant la caméra. S'exercer dans les deux postures (intervieweur et interviewé).

évaluation

> Questionnaire rempli par le stagiaire à l'issue de la session.

public

Journalistes, chefs de service, chargés de communication, cadres dirigeants, élus, toute personne amenée à s'exprimer face aux médias.

la prise de parole en public

de la réunion d'équipe à la conférence

durée
14 h

compétences visées

■ Maîtriser les techniques d'expression orale pour s'exprimer clairement et avec aisance ■ Savoir préparer une intervention orale, maîtriser le trac, les techniques de la voix et de la posture. S'adapter à des contextes différents ■ Prendre conscience de ses réactions émotionnelles

programme

> Poser sa voix (avec un coach vocal)

Le but est de poser sa voix (même sans travailler sur des images) et de travailler son élocution à partir de textes rédigés par les stagiaires.

> La voix et le corps

(avec un coach vocal)

Parler dans un micro. Maîtriser ses intonations. Savoir être convaincant. Gérer son regard. Affiner sa gestuelle.

> Débriefing

> Préparer et structurer son discours

Les temps forts de son intervention.

La gestion du temps de parole.

L'importance de la conclusion.

Les questions et les objections : pouvoir les anticiper.

> Gérer son émotivité et son stress pour tirer parti du public et des situations

Gérer les émotions qui entravent la maîtrise de soi. Comment respirer de façon juste et se relaxer ? Comment rebondir sur les réactions du public ? L'improvisation face à des situations inattendues et difficiles. L'écoute active et la reformulation. Faire du public un allié.

méthode pédagogique

> Travaux pratiques et mises en situation filmées et débriefées dans la continuité de l'exercice. Il s'agira de permettre aux participants de développer leur aisance. > Travail approfondi de gestion du stress et de positionnement de la voix.

évaluation

> Questionnaire rempli par le stagiaire à l'issue de la session.

public

Chargés de communication, cadres dirigeants, élus, toute personne amenée à s'exprimer face aux médias

la vidéo pour le Web

acquérir une nouvelle technique ou se perfectionner en vidéo

durée
35 h

compétences visées

■ Savoir réaliser des interviews et des reportages vidéo diffusables sur Internet

programme

> Comprendre l'intérêt de la vidéo sur le Web

Des angles différents, un complément d'information.

> Connaître les fondamentaux de l'écriture vidéo

Le cadrage, les mouvements, la prise de son, la lumière.

> Saisir les spécificités de l'interview et du reportage vidéo

La préparation. Poser des questions courtes, choisir des questions ouvertes.

Les repérages.

> Préparer le reportage vidéo

Le travail de terrain, les pièges à éviter. Savoir prendre des sons d'ambiance, savoir utiliser les valeurs de plan.

> S'initier au montage numérique

Apprentissage d'un logiciel de montage numérique.

Les formats de compression.

> Assurer la post-production

Titres et sous-titres. Génériques, musiques : comment travailler ses sons.

méthode pédagogique

> Travaux pratiques individuels et collectifs. Débriefing technique et éditorial par les intervenants.

évaluation

> Questionnaire rempli par le stagiaire à l'issue de la session.

public

Journalistes, pigistes de la presse écrite, d'entreprise ou municipale, chargés de communication.

la photo- graphie de reportage

rapporter des images
témoignant des événements
au quotidien pour les médias

durée
14 h

compétences visées

■ Améliorer ses connaissances du matériel photo ■ Maîtriser les techniques de base de la prise de vue, mais également du cadrage et de la gestion de la lumière ■ Donner du lien entre la technique photographique et le sens du message à véhiculer

programme

> Cerner les différents types de reportage

Le reportage d'actualité, le documentaire, le reportage de fond.

> Prendre en main le matériel

Les réglages, priorité à la vitesse ou priorité à l'ouverture, la balance des blancs... La lumière. Le cadrage.

> Observer et capturer le contexte

Regarder avant de déclencher. Évaluer une situation de prise de vue et comprendre l'environnement pour appréhender la composition.

Définir son point de vue. L'angle. Travailler l'approche de son sujet.

Préparer un synopsis.

Le reportage : budget et matériel.

> Trouver un point de vue

En alternant les séances de prises de vue et d'analyse des images réalisées la veille, les participants perfectionnent leur technique et précisent leur démarche, toujours en présence d'un photojournaliste.

> Le droit à l'image

La législation sur le droit à l'image des personnes, des monuments, des lieux publics.

méthode pédagogique

> Accompagnement professionnel par un spécialiste.

évaluation

> Exercices en temps réel corrigés par l'intervenant.

public

Photographes, journalistes, responsables de communication.

les techniques du portrait photo

le sujet, le style, la situation

durée
14 h

compétences visées

■ Apprendre à adapter la pratique du portrait face aux différentes situations rencontrées lors des prises de vue, de l'éclairage à la relation du photographe avec son modèle ■ Appréhender les styles de portraits, les cadrages, les prises de vue

programme

> Analyse des différents types de portraits

Le portrait selon le genre et l'angle (reportage, interview, enquête...).

La gestion de l'arrière-plan.

Le cadrage, les plans, la lumière naturelle et studio.

Quel type de focale pour quel type de portrait.

Les différentes situations rencontrées sur le terrain.

Utiliser des sources lumineuses alternatives.

> Les styles de portraits

Le portrait serré, le portrait en situation, le portrait en action, le portrait paysage.

La direction du regard.

> La relation au sujet

S'adapter aux profils rencontrés.

Mettre le sujet en situation.

Le sens du portrait, le message délivré.

méthode pédagogique

> Exercices pratiques sous forme de réalisation de portraits en situation.

> Analyse des travaux des stagiaires.

évaluation

> Correction à partir d'une grille des usages du métier.

public

Photographes, journalistes, chargés de communication.

communi- cation, plaidoyer et prise de parole

formuler les messages essentiels
pour soi-même et son organisation

durée
35 h

compétences visées

■ Apprendre à formaliser les messages essentiels de son organisation ■ Exprimer ses convictions avec aisance et brio, se sentir à l'aise sur scène ou devant la caméra. Apprendre à interviewer et à être interviewé ■ Appréhender des formes originales d'apparition dans l'espace public

programme

> savoir gérer son stress en situation devant une caméra. Travail corporel, la voix et les postures.

> acquérir et gérer les principaux mécanismes de plaidoyer et d'advocacy.

> confrontation à une situation de crise pour en comprendre les tenants et les aboutissants et prendre les bonnes décisions.

> Connaître et utiliser les différentes formes d'occupation de l'espace, de la scène à la rue.

> développer une prise de parole individuelle et responsable sur les réseaux sociaux.

méthode pédagogique

> média training.

> brainstorming en grands ou en petits groupe sur un sujet précis dont la synthèse est guidée par le formateur

> accompagnement professionnel par un coach certifié.

> ateliers collaboratifs.

> pédagogie active avec mises en situation professionnelles individuelles et en groupes, qui permettent, en partant de la pratique, d'aller vers la théorie

évaluation

> quizz, questionnaire.

> exercices en temps réel corrigés par l'intervenant.

> autoévaluation

> questionnaire rempli par le stagiaire à l'issue de la session.

public

Bénévoles, administrateurs, coopérateurs, initiateurs de projet social et solidaire, salariés entrant et découvrant une structure de l'ESS ou voulant exercer des responsabilités à la communication et/ou au marketing.

stratégie médias et relations presse dans l'ESS

du bon usage des médias

durée
28 h

compétences visées

■ Améliorer et optimiser ses investissements médias et ses relations presse. ■ Comprendre les spécificités de l'écosystème des médias et de leur complémentarité pour une meilleure stratégie. ■ Savoir toucher des cibles prédéfinies. ■ Améliorer ses relations presse et sa communauté de journalistes

programme

> Les fondamentaux de l'écosystème des médias, des régies publicitaires, des centrales d'achat d'espace, les usages, les pratiques et les notions d'espaces, de supports et de performances des plans médias.

> Les relations avec les services de relations presse et les journalistes. L'activation de son réseau et l'organisation de conférences de presse. La gestion de son fichier presse et des relations avec les agences de presse. Les outils à disposition pour faciliter les relations presse.

méthode pédagogique

> cours magistral.

> travaux pratiques.

> accompagnement professionnel.

> pédagogie active avec mises en situation professionnelles individuelles et en groupes.

évaluation

> exercices en temps réel corrigés par l'intervenant.

> autoévaluation

> questionnaire rempli par le stagiaire à l'issue de la session.

public

Bénévoles, administrateurs, coopérateurs, initiateurs de projet social et solidaire, salariés entrant et découvrant une structure de l'ESS ou souhaitant exercer des responsabilités à la communication et/ou au marketing. Chargés ou responsables de communication.

pratique du community management

optimiser l'utilisation des réseaux sociaux dans un contexte professionnel

durée
14 h

compétences visées

■ Connaître les réseaux sociaux et leur fonctionnement. ■ Établir, déployer une stratégie des médias sociaux. ■ Créer, animer des communautés en ligne. ■ Mesurer et suivre la performance de ses actions. ■ Apprendre à mettre en place une veille

programme

> **Entrer dans la culture communautaire**
Le fonctionnement du Web 2.0, la notion de communauté.

L'internaute, une richesse à mettre en valeur. La charte de contribution.

> **Appréhender les modes de conversation**

Les outils internes : témoignages, commentaires, systèmes de notation, forums, chats, sondages, quizz, jeux, concours, etc. Comment élargir le cercle des contributeurs.

Les réseaux sociaux : élargir le cercle de ses likers et followers. Mesurer et améliorer leur taux d'engagement.

> **Alimenter et tenir la conversation**

La gestion des commentaires. Savoir répondre et relancer, clore une discussion, directe ou différée.

Identifier les internautes, contributeurs, acteurs, leaders...

Assurer une articulation idéale entre la communauté et la rédaction.

> **Mettre en place une veille**

Comprendre la nécessité de mettre en place une veille e-reputation et une veille créative.

> **Connaître l'éthique et la déontologie de la conversation**

Se repérer dans la législation et la protection des données personnelles.

méthode pédagogique

> Cours magistral avec vidéo-projection de soutien.

> Analyse et étude de cas.

> Formation-action, basée sur les échanges formateurs/stagiaires.

évaluation

> Mise en situation professionnelle en temps limité et correction à partir d'une grille spécifique.

> Évaluation de fin de session.

public

Journalistes, chargés de communication, responsables marketing, webmasters éditoriaux.

prérequis

Prérequis : une solide pratique et une bonne culture d'Internet.

manager digital

concevoir et piloter des projets d'information digitale

durée
21 h

compétences visées

■ Savoir concevoir un projet d'information digitale ■ Conduire un projet d'information digitale ■ Anticiper la production d'informations multimédias en flux, le cadre de contribution du public ■ Transformer les visiteurs occasionnels en créateurs de valeur ■ Se doter des variables de suivi

programme

> **Définir de façon opérante les clés du projet: la note d'intention**

Cahier de conception d'un média d'information : architecture et mise en scène de l'information, process d'actualisation (flux d'informations et éditions).

> **Acquérir les fondamentaux de la conduite de projet**

Les phases de développement du projet: méthodes en V et méthodes agiles.

> **Utiliser les outils de pilotage d'un projet numérique.**

La fonction des prototypes.

Anticiper le déploiement et la durée de vie du média en fonction des événements et de la participation de l'audience.

Manipuler les logiciels de pilotage de projet, de maquettage.

> **Élaborer une stratégie digitale porteuse de croissance**

S'entraîner à définir un projet de transformation digitale à partir d'un brief.

méthode pédagogique

> Travaux pratiques et mise en situation réelle.

> Supports et ressources fournis aux participants.

évaluation

> Questionnaire rempli par le stagiaire à l'issue de la session.

public

Personnes ayant une expérience professionnelle dans la presse, l'édition ou la communication. Pratique courante des médias numériques pour s'informer. Secteurs concernés : audiovisuel, cinéma, édition, presse, loisirs, publicité, spectacle.

la newsletter

concevoir, réaliser et diffuser

durée
21 h

compétences visées

■ Acquérir et mettre en application les pratiques indispensables à la conception, à la rédaction et à la gestion d'une lettre d'information ■ Créer une newsletter diffusée par e-mail ■ Transposer une lettre papier existante en une newsletter efficace ■ Concevoir et bâtir une ligne éditoriale et graphique

programme

> **Saisir l'importance de ce vecteur de communication**

La newsletter, un moyen précieux pour informer et faire converger son public vers son site. Un instrument de fidélisation de premier ordre. Un excellent vecteur de communication au plus près de ses cibles.

> **Définir son projet, fixer les objectifs et la fonction de la lettre électronique**

Destinataires, périodicité, profil, fonction : les grands paramètres d'une lettre électronique.

> **Procéder au choix des contenus et des modes de traitement**

S'approprier et appliquer les règles de la communication écrite. Apprendre à écrire court. Créer des niveaux de lecture.

> **Enrichir la newsletter**

Ajouter des liens hypertexte. Illustrer la newsletter avec des photos. Intégrer les contraintes d'affichage des images.

> **Diffuser la newsletter et favoriser l'ouverture**

Définir des champs d'en-tête pertinents. Optimiser la délivrabilité. Mesurer l'efficacité. Connaître et respecter la législation en vigueur.

méthode pédagogique

> Mise en situation réelle : une lettre électronique sera réalisée et expédiée par les stagiaires.

évaluation

> Chaque participant bénéficie d'une analyse critique et constructive de sa newsletter.

> Évaluation de fin de session.

public

Journalistes, responsables de communication, attachés de presse d'entreprise, de collectivité ou d'association.

SEO

optimiser et suivre son référencement naturel

durée
7 h

compétences visées

■ Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche ■ Influencer le référencement ■ Définir où porter ses efforts ■ Mettre en pratique les règles d'optimisation d'un référencement naturel ■ Suivre la qualité du référencement

programme

> **Définition du référencement**

Le triangle d'or. Les types de référencement : payant et naturel.

Les principes d'un moteur de recherche, les crawls, le ranking.

Choisir les champs d'optimisation de son référencement.

> **Les leviers de l'optimisation**

Conception, contenus, code et les liens. Doter le site d'une structure claire à explorer.

> **Maîtriser les éléments de langage**

liés aux thèmes devant être optimisés pour le référencement. Savoir porter son effort d'écriture en fonction de la structure des contenus. Analyser le HTML et les balises hiérarchiques.

> **Outiller son travail** et apprécier l'efficacité des contenus. Utiliser les extensions d'optimisation (exemple sous Wordpress).

> **Suivre et faire évoluer son référencement**

Exercice de réécriture de contenus. Recherche des liens à proposer.

méthode pédagogique

> La formation associe des cours exposant les principes, méthodes et références et des mises en pratique.

évaluation

> Un QCM permettra aux participants d'évaluer leurs acquis.

public

Chargés de communication, Journalistes, Webmasters éditoriaux.

communiquer bien utiliser sur plusieurs les réseaux supports numériques sociaux

articuler sa communication,
organiser la couverture de son
actualité, la publication de ses sujets

durée
21 h

compétences visées

■ Comprendre l'impact de l'information publiée suivant le support ■ Analyser le positionnement des publications existantes à alimenter ■ Adapter le traitement d'un sujet aux exigences des supports ■ Couvrir des événements en live ■ Analyser l'audience de son sujet

programme

> Situer les différents moyens de présence numérique

Mener une analyse structurée: le public ciblé, les atouts, la tonalité, les thématiques, les différentes formes de traitements disponibles. Observer les meilleures pratiques sur les différents supports. Situer la fonction de chaque publication.

> Traiter un sujet froid et un dossier

La composition texte, image, son, vidéo, infographie, cartographie. Les moyens de se faire connaître. Encourager et faciliter le partage en préparant l'information à cette fin.

> Couvrir un événement

Suivre un événement. Incorporer des outils de live sur son site. Annoncer la couverture d'un événement, suivre événement. Couvrir en streaming.

> Encourager les contributions

Situer les différents moyens de contribuer. Choisir où installer les lieux contributifs. Provoquer les contributions puis les suivre et les faire converger.

> Organiser sa production

Le plan de déclinaison: sources, mode de traitement et suivi d'impact. Faciliter son travail: format des sources, préparation des contenus, planning des tâches. Les spécificités propres aux supports d'information, commerce, service, association.

méthode pédagogique

> La formation associe des cours exposant les principes, méthodes et références et des mises en pratique.

évaluation

> Évaluation croisée pour des exercices d'analyse et conception.

public

Journaliste, responsable de communication. Connaissance des réseaux sociaux

nécessaires. Une première expérience d'un CMS ou dans la publication d'une lettre d'information est appréciée

animation, veille et e-reputation

durée
14 h

compétences visées

■ Créer et animer un compte Twitter de manière professionnelle. ■ Créer et animer un compte et une page Facebook ■ Utiliser les réseaux sociaux pour communiquer avec sa communauté ■ Créer une veille professionnelle avec les réseaux sociaux ■ Comprendre, maîtriser et développer sa réputation en ligne

programme

Les différents réseaux sociaux, les relations qu'ils outillent (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Youtube).

> Twitter - L'information éphémère

Un média indispensable pour un journaliste. Création d'un compte; trouver les comptes à suivre; créer des listes; les retweets et les favoris. Rédiger efficacement un tweet. Alimenter sa timeline. Vérifier l'information sur Twitter.

> Twitter - Les outils indispensables

Les raccourcisseurs d'URL; photos et vidéos sur Twitter; recherche avancée sur Twitter; programmation; livetweet. Construire sa communauté. Les règles et les usages des journalistes sur Twitter.

> Facebook - Les amis en réseau

Les différences entre un compte personnel, un groupe et une page. L'administrateur de la page. La customisation de la page. Le choix des informations à publier. Le flux, la contre-programmation. La création d'événements. L'engagement: la rédaction des statuts, les médias à utiliser, la gestion des commentaires, la mesure de l'engagement. Les mystères de l'EdgeRank. Le tableau de bord. Analyse des indicateurs pour améliorer son audience et l'engagement.

méthode pédagogique

> La formation privilégie les mises en situation. Les principes, méthodes et références sont présentés lors des mises en pratique.

évaluation

> Un QCM permettra aux participants de situer leurs acquis.

public

Chargés de communication, Journalistes, webmasters éditoriaux.

modération des com- mentaires

les contributions des internautes
sont un gisement dont il faut pouvoir
extraire la valeur.

durée
7 h

compétences visées

■ Assurer une vigilance sur les contributions ■ Intervenir pour faire respecter la charte ■ Agir pour la qualité des échanges ■ Organiser son plan de travail

programme

> Repères sur la modération

Pourquoi modérer? Qui peut modérer? Qui peut participer à la modération? Les deux grands types de modérations: a priori/a posteriori.

L'enjeu de la modération suivant le producteur. Lecture commentée de chartes de contribution.

Situations et actions de bases.

> Observer - être en vigilance

Caractéristique d'une contribution: son contenu, son auteur, son contexte, l'enchaînement.

Ce qu'il faut observer.

Ce qu'il faut en retenir.

> Agir

Les actions couramment à disposition. Pour chacun, les conditions de mises en œuvre.

Les commentaires sur un commentaire mis hors ligne.

> Suivre

Apprécier l'impact d'une modération. Veiller aux rebonds possibles. Évaluer les risques de devoir modérer.

> Apprendre

Les termes qui alertent. Les acteurs à suivre. Les emballements à éviter.

> Scénarios de modération

Passage en revue de 5 scénarios types au fil d'une conversation, en fonction des sujets, des participants, des risques et de la disponibilité. Mise en œuvre.

Comment s'organiser pour garder la main?

méthode pédagogique

> La formation associe des cours exposant les principes, méthodes et références et des mises en pratique.

évaluation

> Un QCM permettra aux participants d'évaluer leurs acquis.

public

Webmaster, community manager.

culture digitale: saisir les ruptures

l'ampleur des mutations

durée
7 h

compétences visées

■ Resituer la problématique dans son contexte, depuis les années 1970 ■ Connaître les termes du domaine ■ Comprendre en quoi le numérique transforme l'espace public ■ Appréhender l'économie de l'attention ■ Reconnaître le capital des datas

programme

> De nombreuses entreprises ont entamé leur mutation numérique. Cette formation permet de saisir l'importance et les enjeux de cette transformation. Pour mobiliser les collaborateurs d'une entreprise, il est nécessaire qu'ils prennent conscience des enjeux du digital. La présentation est basée sur des études de cas concrets.

> La relation homme-ordinateur: qui prend la main?

La micro-informatique et les idées qui l'accompagnent.

De la centralisation à la mise en réseau. Tous producteurs.

Les réseaux sociaux.

La transformation des relations clients -entreprises, lecteurs-journaux, citoyens -institutions.

Les identités numériques.

Les traces des utilisations.

La mobilité et la personnalisation des terminaux.

Le big data: interprétation et anticipation des comportements.

L'impact du numérique: l'économie de l'attention, la connexion en continue, l'individualisation.

Mener le changement, maîtriser les mutations.

> Échange autour d'articles

qui marquent les ruptures dans le numérique. De l'influence des espaces virtuels sur l'espace public.

méthode pédagogique

> La formation associe des cours exposant les données et l'étude collective de documents.

évaluation

> Un QCM permettra aux participants d'évaluer leur acquis.

public

Tout public souhaitant disposer de repères clairs. En particulier, journalistes, communicants, responsables marketing.

UX design

concevoir des projets adaptés à chaque public

durée
35 h



compétences visées

- Opter pour une démarche de conception centrée utilisateur
- Connaître les techniques de l'UX design
- Mettre en œuvre les techniques les plus courantes de l'UX design
- Analyser une interface
- Produire des Wireframes

programme

> **Le projet-école de ce module portera sur l'optimisation d'un processus dont on observera les usages**

> Présentation des principes UX et du changement cardinal qu'une démarche UX représente en intégrant l'ensemble des dimensions à partir desquelles l'utilisateur est perçu : ses attentes, son agenda, son état d'esprit, ses habitudes et son expérience – entendu comme compétences acquises.

> Une fois les différentes méthodes d'observation exposées et illustrées, les participants iront eux-mêmes mener des observations in situ.

> Ce matériel permettra de parcourir toutes les phases d'un projet UX (exploration, idéation, génération, évaluation) et de présenter au fur et à mesure les outils qui s'y rattachent.

> Les participants utiliseront les outils les plus classiques de chaque phase (persona, experience map, tri de carte, wireframe, etc.).

> Les propositions d'optimisation seront défendues et évaluées collectivement.

méthode pédagogique

> La formation associe des cours exposant les principes, méthodes et références et des mises en pratique.

évaluation

> Les travaux pratiques et les soutenances de projets sont évalués à partir des grilles correspondant à leur domaine. Évaluations croisées pour les exercices d'analyse et de conception.

public

Chefs de projet, équipes marketing, concepteurs, webmasters éditoriaux, utilisateurs réguliers et confirmés du Web et d'interfaces interactives.

droit de l'image

les règles qui régissent la profession

durée
14 h



compétences visées

- Maîtriser les différences entre droit d'auteur, droit de l'image et droit à l'image
- Connaître les nouvelles licences web de partage
- Connaître les textes et les principes qui fondent le droit à l'image
- Comprendre la mise en œuvre de ces textes par l'étude des décisions rendues sur le droit à l'image

programme

> **Connaître le droit d'auteur et le Code de la propriété intellectuelle**

Les droits patrimoniaux d'auteur. Le droit moral, la clause de conscience. L'exploitation des œuvres par les internautes et le droit de copie.

Le périmètre juridique du contrat avec le photographe/illustrateur.

> **Définir le droit à l'image**

Déterminer les circonstances permettant de reproduire l'image des personnes (personnes anonymes, personnes célèbres, majeurs et mineurs).

Incidence du contexte et des conditions de la prise de vue sur le droit à l'image et sur la liberté de reproduction de l'image d'une personne.

Principes, exceptions, limites à ne pas dépasser.

> **Appliquer les licences**

Les Creative Commons.

Les droits gérés. Le « libre de droit ».

> **Analyser des images complexes d'un point de vue juridique**

Études de cas tirées de la jurisprudence et de l'expérience des apprenants : incidence pratique quant à la reproduction d'images où se superposent droit d'auteur, droit à l'image et droit des marques (photographies, illustrations, créations graphiques...).

méthode pédagogique

> Études de cas tirés de la jurisprudence.

évaluation

> Correction à partir d'une grille des usages du métier.

public

Rédacteurs en chef, webmasters, responsables de services de communication d'entreprises ou de collectivités locales, chargés de communication, directeurs artistiques, iconographes, photographes, journalistes.

formation à distance

durée 60 h

correction

assimiler les méthodes de correction et de relecture

compétences visées

➤ Acquérir les méthodes de correction et de relecture des textes écrits destinés aux secteurs de la presse et/ou de l'édition.

programme

Se mettre à niveau (1^{re} partie)

Le nom, le verbe. Les accords des participes passés, les adjectifs. L'accord du verbe avec le sujet. Zoom sur « tout », « tel », « quelque ». La concordance des temps. Les fonctions dans la phrase.

Pratiquer la correction typographique dans l'édition (2^e partie)

Introduction générale (la chaîne du livre, les règles de la correction typo). Introduction au code typographique. L'emploi de la capitale. L'emploi de la petite capitale et de la bas de casse. L'emploi de l'italique et du romain. Les abréviations, les symboles, les sigles. L'écriture des nombres. Les citations, les notes de bas de page. L'emploi des guillemets, la présentation des dialogues, etc. La bibliographie, l'index, la table des matières, le sommaire. Les secondes épreuves, la finalisation de la relecture.

méthode pédagogique

Un envoi de cours par courrier tous les quinze jours. Chaque envoi est composé de deux parties : un cours général et des exercices d'application. Les exercices doivent être effectués et renvoyés, en respectant le calendrier, dans les enveloppes fournies. Les exercices sont corrigés et retournés lors d'un envoi ultérieur.

modalités d'évaluation

Un exercice final intègre l'ensemble du programme.

public
travailleurs indépendants, pigistes travaillant pour la presse papier, la presse d'entreprise, la presse municipale ou le Web, traducteurs, éditeurs, chargés de communication.

cours du soir

durée 60 h

les techniques de base du journalisme

acquérir les techniques rédactionnelles de base

compétences visées

- Découvrir le métier de journaliste.
- Acquérir les techniques rédactionnelles de base du journalisme de presse ou d'entreprise.
- Améliorer la qualité de ses travaux écrits avant la publication.

programme

Comprendre les fondamentaux de l'information et de la communication

Présentation des règles et différences fondamentales entre communication et information.

La presse et son vocabulaire.

Acquérir les techniques rédactionnelles

Les genres journalistiques : brève, filet, synthèse, mouture, portrait, compte rendu, interview, reportage, enquête. Structurer un article.

Niveaux de lecture, plan, angle, écriture journalistique. Le message essentiel. La sélection des informations selon les lectorats, la rédaction de textes courts.

Trouver son style

Le traitement de l'information : message essentiel, habillage rédactionnel.

L'angle : quel article pour quel support ? Quel style pour quel public ?

Organiser le travail de desk

Les sources.

Organiser l'interview et le reportage

Préparation du reportage. Choix du sujet et de l'angle. Travail de documentation. Prise de contact. Le déroulement de l'interview.

Les rédactions : questions/réponses, interviews rédigées, portraits, sujets de reportages.

méthode pédagogique

Mise en situation sous forme de travaux dirigés individuels d'écriture, de relecture, de correction, de rewriting.

modalités d'évaluation

Exercices en temps réel corrigés par l'intervenant.

Autoévaluation.

public

Journalistes, pigistes, chargé(e)s de communication, assistantes de direction, étudiants

Se former à votre rythme, hors du temps de travail, pour acquérir de nouvelles compétences, tester un projet professionnel ou mener à bien un projet personnel.

Animés par les professionnels de l'émi, les parcours couvrent la plupart des domaines des métiers de l'information qui ont fait la réputation de l'école.

Les cours du soir de l'émi ont lieu tous les mercredis de 18h30 à 21h30 et un samedi par mois de 10h à 17h. Pas de cours pendant les vacances scolaires.

Les formations se déroulent dans des salles de cours équipées avec du matériel informatique de dernière génération (logiciels, fils d'agence, réseau très haut débit, imprimantes couleur pros). Les cours sont fondés avant tout sur la mise en situation concrète.

Proposées en dehors de votre temps de travail, ces formations peuvent être financées par un plan de formation, via votre compte personnel de formation (CPF) ou en financement individuel.

durée 60 h

correction, relecture

corriger et optimiser la qualité des écrits

compétences visées

- Entraîner son œil pour corriger les fautes et obtenir une réelle maîtrise de la qualité des écrits.
- Maîtriser les techniques de réécriture.
- Acquérir les méthodes de correction des textes écrits.

programme

Réviser les principales difficultés de la langue française

Les accords, la concordance des temps, la ponctuation, les pluriels, la construction des phrases.

Découvrir le code typographique

Les règles de composition : capitales, noms propres, césures, drapeaux et pavés.

L'enrichissement typographique : gras, italique, capitales et bas de casse.

Connaître les techniques de réécriture et les bases de la stylistique.

Adapter l'écriture aux différents types de support.

Travailler le rythme, les relances et les attaques.

méthode pédagogique

Exercices d'application et de mise en situation (presse, édition, communication).

Travaux dirigés individuels : entre chaque séance, les participants sont amenés à réaliser une série d'exercices d'application. Suivi en ligne par courriels.

modalités d'évaluation

Un exercice final intègre l'ensemble du programme.

public

Toute personne ayant une pratique de l'écriture, de la lecture et ou de l'interprétation du texte.

durée 60 h

les outils de la PAO

mettre en page et retoucher les images

compétences visées

- InDesign : apprendre les fonctions de base du logiciel InDesign. créer tout support d'information ou de communication imprimé.
- Photoshop : utiliser les notions de base de l'image numérique pour retoucher les photos et faire des photomontages.

programme

InDesign

Organiser ses mises en page dans InDesign.

Créer et manipuler des blocs textes, des blocs images.

Utiliser les calques pour gérer efficacement ses documents.

Structurer un document. Saisir, importer et gérer les styles de texte.

Fabriquer des modèles de pages.

Créer des gabarits : réflexion sur les contenus ; application

des gabarits aux pages ;

numérotation automatique des pages.

Présentation finale du document.

Choisir les options d'impression des pages. Faire l'assemblage et créer le PDF.

Photoshop

➤ Les images numériques

Comparer les logiciels vectoriels et les logiciels bitmap pour marquer les différences d'utilisation et les implications sur l'image.

➤ Choisir la qualité de l'image : la résolution.

Retoucher, sélectionner corriger et détourner une image.

Régler les couleurs d'une image

➤ Créer un montage photo.

Finaliser et enregistrer une image.

Connaître les formats d'enregistrement et d'exportation.

méthode pédagogique

Cours magistral soutenu par une vidéo-projection de repères commentés.

La méthode est progressive et repose sur des exemples à reproduire.

modalités d'évaluation

Exercices en temps réel corrigés par l'intervenant.

Autoévaluation en fin de module.

public

Maquettistes, graphistes, journalistes, chargés de communication, assistants de direction.

cycles d'été

durée 70 h

les techniques de bases du journalisme

acquérir les techniques rédactionnelles de base

compétences visées

- Découvrir le métier de journaliste.
- Acquérir les techniques rédactionnelles de base du journalisme de presse ou d'entreprise.
- Améliorer la qualité de ses travaux écrits avant la publication.

programme

Connaître les règles et différences fondamentales entre communication et information.

La presse et son vocabulaire.

Acquérir les techniques rédactionnelles

Les genres journalistiques.

Structurer un article

Niveaux de lecture et lectorat.

Trouver le style

Le traitement de l'information.

Quel angle, quel style, quel public ?

Organiser le travail de desk

Les sources.

Organiser et préparer l'interview et le reportage

Choix du sujet et d'angle.

Le déroulement de l'interview.

méthode pédagogique

Mise en situation sous forme de travaux dirigés individuels d'écriture, de relecture, de correction, de rewriting.

modalités d'évaluation

Exercices en temps réel corrigés par l'intervenant.
Autoévaluation.

public

Journalistes, pigistes, chargé(e)s de communication, assistantes de direction, étudiants.

86/

durée 70 h

les outils du journalisme multimédia

Pratique des réseaux sociaux et du smartphone, outil de production de contenus

compétences visées

- Connaître les outils (réseaux sociaux, smartphone) et les fondamentaux de l'écriture multimédia.
- Savoir traiter et mettre en scène l'information pour le Web.

programme

Écrire en multimédia (2 jours)

Les principes du référencement.

L'écriture en flux, les enrichissements d'un sujet.

Concevoir et réaliser un sujet multimédia (3 jours)

Les principes du récit linéaire, non linéaire, l'interactivité.

Penser son sujet en amont : quelles ressources utiliser

La construction et l'élaboration d'un sujet : mise en forme des éléments, découpage, editing.

Pratiquer les réseaux sociaux et gérer une communauté (2 jours)

Alimenter et tenir la conversation avec Twitter et Facebook.

Utiliser le smartphone comme outil de reportage multimédia (2 jours)

Les applications indispensables.

L'envoi via un serveur FTP ou autre à partir de son smartphone.

Les outils et les règles du reportage multimédia.

Couvrir un événement en live (1 jour).

Les outils de couverture en direct : quand ouvrir et quand fermer un live ?

méthode pédagogique

Mise en situation sous forme de travaux dirigés individuels et collectifs.

modalités d'évaluation

Exercices en temps réel corrigés par l'intervenant.
Autoévaluation.

public

Journalistes, pigistes, secrétaires de rédaction ou étudiants qui souhaitent apprendre les outils et les règles de base de l'écriture multimédia.
Prérequis : posséder un smartphone.

durée 70 h

les bases de la PAO

mettre en page et retoucher les images

compétences visées

- Développer une vision globale d'une publication.
- Découvrir les logiciels nécessaires à la création de documents imprimés avec InDesign et Photoshop.
- Imprimer, préparer le flashage ou la diffusion. Générer un PDF.

programme

Photoshop

Retoucher, sélectionner et détourer une image.

Régler les couleurs d'une image.

Créer un montage photo.

Finaliser et enregistrer une image.

Connaître les formats d'enregistrement et d'exportation.

InDesign

Organiser ses mises en pages dans InDesign.

Créer et manipuler des blocs textes, des blocs images.

Utiliser les calques pour gérer efficacement ses documents.

Structurer un document. Saisir, importer et gérer les styles de texte.

méthode pédagogique

Cours magistral soutenu par une vidéo-projection de repères commentés.
La méthode est progressive et repose sur l'exemple à reproduire.

modalités d'évaluation

Exercices en temps réel corrigés par l'intervenant.
Autoévaluation en fin de module.

public

Maquettistes, graphistes, journalistes, chargés de communication, assistants de direction.

/87

cycles d'été

durée 70 h

les bases de la réalisation vidéo

s'initier à la conception et à la réalisation de productions audiovisuelles

compétences visées

- Ce cycle aborde les fondamentaux nécessaires à la prise en main de la caméra, au tournage et au montage.
- Chaque stagiaire réalisera plusieurs sujets vidéo et un reportage.

programme

Prendre en main la caméra

Le matériel nécessaire au tournage. Le repérage. Réaliser un plan de tournage et optimiser le montage.

Faire la prise de son

Le son comme information à part entière. S'exprimer.

Réaliser le montage virtuel

Prise en main de Final Cut ou Premiere Pro. Raconter son histoire : écrire le plan de montage.

La grammaire du montage

Les raccords, la narration, les ellipses, les plans de coupe ou d'illustration.

Connaître les techniques de l'interview

La force de l'interview audiovisuel.

Préparer et installer le tournage de l'interview

Placement, direction du regard. Lumière.

Finaliser son montage

Logique du montage. Initiation à l'étalonnage. Titrage. Compression ou encodage.

méthode pédagogique

Mise en situation sous forme de travaux dirigés individuels. Chaque stagiaire réalisera plusieurs sujets vidéo et un reportage.

modalités d'évaluation

Exercices en temps réel corrigés par l'intervenant. Autoévaluation.

public
Tout public

durée 70 h

les outils et les supports de la communication associative

comment aborder la communication et le marketing associatif

compétences visées

- Apprendre les fonctions et savoirs-faire de base du chargé de communication et de plaidoyer. créer tout support d'information ou de communication imprimé.
- Utiliser les notions de base du marketing associatif pour collecter des fonds et entretenir des relations avec ses donateurs.

programme

Première session : 35h

Les principes de la communication associative et de l'ESS, la stratégie de communication, de mobilisation et de plaidoyer, de création et les stratégies médias et relations presse. Digitalisation et community management. Planification et budgétisation.

Deuxième session : 35h

Les principes du marketing associatif et de l'ESS, la stratégie marketing, CRM, Fundraising, SRD, mobilisation et digitalisation. Nouveaux moyens de collecte, Digitalisation et Community fundraising. Planification et budgétisation.

méthode pédagogique

Cours magistral soutenu par une vidéo-projection de repères commentés. La méthode est progressive et repose sur l'exemple à reproduire.

modalités d'évaluation

Exercices en temps réels corrigés par l'intervenant. Auto-évaluation en fin de module.

public

Personnes chargées de la communication dans une petite structure associative avec des fonctions polyvalentes de promotion de l'association avec de nombreux outils pour différents supports multimédias.

durée 70 h

les bases de la photographie de presse

maîtriser les paramètres lors de la prise de vue sur le terrain

compétences visées

- Améliorer sa connaissance de la technique et du matériel photographique.
- Affiner la qualité journalistique et artistique de ses prises de vue.
- Acquérir les bases des techniques éditoriales du reportage.

programme

Acquérir les principes de base de la technique photographique

Sensibilité, diaphragme, vitesse, analyse lumière. Réglages et compréhension du boîtier numérique.

Se préparer au reportage

Recueil d'informations, prises de contact, réflexion sur sa légitimité, son attitude face au sujet traité.

Posséder les techniques de reportage

Le suivi des informations, la hiérarchie des informations, la notion d'angle, la rédaction d'un synopsis.

Éditer des sujets

L'editing des reportages et l'analyse des conditions dans lesquelles ils ont été effectués.

S'initier au droit d'auteur et au droit à l'image

Les principes de bases du droit afin de protéger et de vendre ses œuvres.

méthode pédagogique

Exercices pratiques en intérieur et en extérieur. La formation se déroule en partie dans les conditions d'une rédaction (revue de presse, comité de rédaction).

modalités d'évaluation

Réalisation de sujets photo corrigés par l'intervenant.

public

Journalistes rédacteurs, photographes amateurs, communicants associatifs.



Vos interlocuteurs à l'émi

Accueil et conseil

Djamila Mekaoui - Chargée d'accueil
et conseillère en formation
Maryse Pradines - Secrétaire générale
et responsable du pôle conseil en formation
Elise Morvan - Conseillère en formation
et chargée de communication
Fabienne Regnaut - Responsable commerciale
Fidel Navamuel - Directeur du développement
François Longéras - Directeur général

Référents pédagogiques

Martine-Jeanne Billot - Directrice pédagogique
Tatiana Kalouguine et Julia Deck - Journalisme
Martine-Jeanne Billot, Arnaud Corbin - Graphisme
Jean Sylvestre - Numérique
Julien Daniel et Guillaume Herbaut - Photojournalisme
Bruno David et Philippe Merlant - Communication éthique
Nathalie Weil, Pierre Astier, Anne Zweibaum - Édition
Laurent Catherine - Journalisme de l'image

Nous contacter

T. 01 53 24 68 68
contact@emi-cfd.coop

Conception Graphique
à l'atelier Corbin - Lirin
Corlet imprimeur
14110 Condé-en-Normandie





l'école des métiers
de l'information

10, rue des Prairies
75020 Paris
01 53 24 68 68
contact@emi.coop
www.emi.coop

