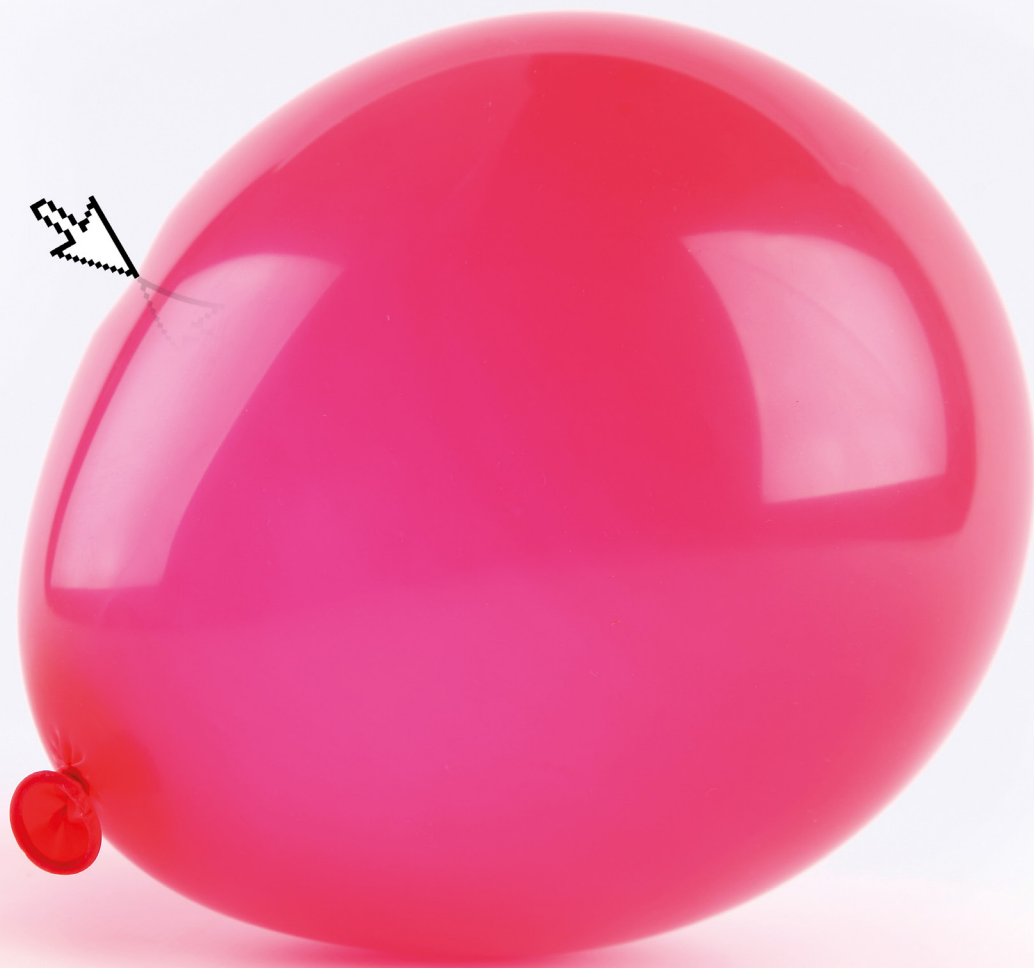


FORM\GRAPH
DESIGN

ECOLE DE GRAPHISME, CFA

et centre de formation en **arts graphiques et communication digitale**

CATALOGUE 2026



INFORMATIONS PRATIQUES



LES FORMATIONS SONT CERTIFIANTES ET ÉLIGIBLES AU CPF.

Les locaux

Nos locaux sont situés au 9A, rue Denis Papin, à Besançon, dans le quartier des Tilleroyes. Nous disposons, pour vous accueillir, d'un parking privé.

. En venant par l'A36, de Dijon :

Prendre la *Sortie n°3* (Besançon Ouest) puis suivre la N57 jusqu'à la **sortie 58** «*Pouilley-les-Vignes*».

. En venant par l'A36, de Belfort :

Prendre la *Sortie n°4* (Besançon Nord) puis suivre la N57 jusqu'à la **sortie 58** «*Pouilley-les-Vignes*».

. Par les transports en commun :

Prendre le bus n°9 ou n°7, arrêt *Beaux-Arts*.

Les intervenants

Les formateurs permanents issus du monde graphique, dotés d'une solide expérience sur le plan technique et pédagogique assurent les cours en PAO, Web, mise en page, typographie, création graphique, digital marketing...

Notre réseau d'intervenants extérieurs : chefs d'entreprise, spécialistes en management, en stratégie, en bureautique, en photographie... interviennent en fonction de vos besoins pour des domaines ciblés

Le matériel

Les formations se déroulent aussi bien sur du matériel Apple que sur du matériel PC, équipés des dernières versions des logiciels.

Toutes les salles de formation de Formagraph sont climatisées.

Un espace restauration est mis à votre disposition.



Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap, vous pouvez nous contacter, afin d'étudier ensemble les besoins de compensation et les aménagements pouvant être mis en place.



Membre des
Acteurs de la compétence



Membre de la
FRENCH TECH BFC



CRÉATION NUMÉRIQUE
CONCEPTION GRAPHIQUE
WEB DESIGN
MARKETING DIGITAL
DEVELOPPEMENT WEB MOBILE

SOMMAIRE

FORMATIONS
DIPLOMANTES

La formation de 1176 heures de
Concepteur designer print/web 6

La formation de 875 heures de
Développeur web et web mobile 12

La formation de 777 heures de
Concepteur graphique 14

FORMATIONS
MODULARISÉES

DESIGN GRAPHIQUE PRINT

- InDesign initiation 20
- InDesign perfectionnement 20
- Illustrator initiation 21
- Illustrator perfectionnement 21
- Photoshop initiation 22
- Photoshop perfectionnement 22
- Mise en page et typographie 23
- Stimuler sa créativité 23
- Picto - logo 24
- Photographie au smartphone 25
- Photographie au Reflex 25
- Brief-client et plan média 26
- Piloter un projet de communication 27

CRÉATION NUMÉRIQUE
COMMUNICATION AUDIOVISUELLE
STRATÉGIE DIGITALE

- Digital marketing pour les communicants 29
- Brief client 30
- SEA / Google Ads 30
- SEO, stratégie de référencement naturel 31
- Fooocus AI, Midjourney, SORA 32
- ChatGPT 33
- Réaliser une vidéo pour le web et les réseaux sociaux 34
- Adobe Première 34
- Adobe After Effects 35
- Réaliser sa Newsletter 36
- Email marketing 36
- Piloter un projet de communication 37

INTELLIGENCE ARTIFICIELLE GÉNÉRATIVE

- MidJourney / Fooocus AI / SORA 32
- ChatGPT 33

WEB DESIGN

Pack Web design
de 637 heures 41

- Introduction au Web Design / Backend & Frontend 43
- HTML-CSS initiation 43
- HTML-CSS perfectionnement, responsive Web Design 44
- Wordpress 44
- SEO, stratégie de référencement naturel 45
- Réaliser sa Newsletter 45
- Email marketing 46
- Réaliser une vidéo pour le web et les réseaux sociaux 46
- Adobe Première 47
- After Effects - initiation au motion design 48
- SEA - Google Ads 49
- e-commerce 49
- Digital marketing pour les communicants 50
- Piloter un projet de communication 51
- Brief-client 52

DÉVELOPPEMENT WEB & WEB MOBILE

- SQL 58
- SYMFONY 58
- PHP 59
- JAVASCRIPT 60

MODALITÉS DE PRISE EN CHARGE DE LA FORMATION

PROJET DE
TRANSITION PROFESSIONNELLE

Le projet de transition professionnelle (PTP), ex-Cif (fongécif), permet au salarié de s'absenter de son poste afin de suivre une formation pour se qualifier, évoluer ou se reconverter. Il est appelé CPF de transition. Il est ouvert sous conditions et est accordé sur demande à l'employeur. Le salarié est rémunéré pendant toute la durée de la formation.
www.transitionspro.fr

FRANCE TRAVAIL

Une prise en charge est possible par Pôle emploi, à la condition d'être demandeur d'emploi. Avant d'entamer votre démarche et pour valider votre dossier de formation, renseignez-vous auprès de votre conseiller Pôle emploi. Il vérifiera à vos côtés votre situation par rapport à votre rémunération durant le stage et les possibilités de prise en charge ainsi que les conditions administratives liées à la formation.

LA FORMATION EN ALTERNANCE OU EN
APPRENTISSAGE

La formation peut se mettre en place à tout moment. Ce dispositif permet de développer les compétences d'un nouvel embauché (un jeune de moins de 16 à 25 ans ou un demandeur d'emploi de plus de 26 ans) et ouvre le droit à une formation sanctionnée par le passage d'un titre professionnel bac+3. Le planning et le programme de formation sont définis en fonction de vos besoins et contraintes. Chaque parcours peut être adapté aux spécificités du poste. La formation en alternance est accessible en **contrat de professionnalisation** pour intégrer un nouveau collaborateur ou en **apprentissage**, pour les personnes de moins de 30 ans, et ce, sur une période d'un à deux ans. Le rythme de l'alternance et de l'apprentissage, pour un mois, est le suivant : 3 semaines en entreprise, 1 semaine en formation. **Contactez-nous pour plus d'informations.**

LE COMPTE PERSONNEL
DE FORMATION (CPF)

Depuis janvier 2015, le compte Personnel de Formation est venu remplacer le DIF. Dans ce dispositif, les heures de formation sont attribuées à toute personne de 16 ans et plus, dès son entrée dans le marché du travail.

Les heures cumulées au titre du DIF sont basculées et peuvent être mobilisées.
www.emploi.gouv.fr

LES OPCOS (Opérateurs de Compétences)

Un opérateur de compétences (OPCO) est un organisme agréé par le ministère du Travail dont le rôle est d'accompagner la formation professionnelle en finançant l'apprentissage et en accompagnant les PME et les branches professionnelles en matière de formation. Ces dernières sont ainsi regroupées autour d'un OPCO : il existe 11 OPCO (santé, commerce, construction...) pour plus de 300 branches. Tout salarié en CDI ou en CDD peut suivre un stage financé par son employeur via le plan de formation. Le plan de formation regroupe l'ensemble des actions de formation, de bilan de compétences et de VAE mises en œuvre par l'entreprise. Tous les salariés peuvent en principe bénéficier du plan de formation sans condition d'ancienneté et quelle que soit la nature de leur contrat de travail. C'est l'employeur seul qui décide de former (ou non) ses salariés et qui choisit ceux qui en bénéficieront.

LA FORMATION SUR MESURE

Des formations aux métiers de la communication et du numérique en spécifique, c'est tout d'abord l'écoute qui, suivie d'une analyse et d'un diagnostic, nous conduira à vous proposer un parcours personnalisé répondant à vos besoins spécifiques. Ces parcours peuvent varier d'une seule journée à plusieurs semaines en fonction de vos besoins. Contactez-nous pour établir votre programme sur mesure.



Titre pro
de niveau VI (Bac + 3)

LA FORMATION DE 1 176 HEURES DE CONCEPTEUR DESIGNER WEB, PRINT, DIGITAL (BAC+3)

FORMATION EN COMMUNICATION NUMÉRIQUE, PRINT ET DIGITALE DE 1 176 HEURES S'APPUYANT SUR LE TITRE RNCP 35634 DE CONCEPTEUR DESIGNER UI DU MINISTÈRE DU TRAVAIL

Cette formation intensive de 1176 heures, entièrement présentielle, forme des designers graphiques et digitaux capables d'évoluer dans les environnements créatifs et technologiques d'aujourd'hui. Elle couvre l'ensemble des compétences théoriques et opérationnelles du métier, du branding au développement d'interfaces web, en passant par le marketing digital, l'UX design et la production de contenus adaptés aux nouveaux usages.

Le designer print/digital agit comme un véritable architecte de l'information et de l'image. Il conçoit des systèmes visuels pensés pour communiquer efficacement dans des environnements multiples : print, web, réseaux sociaux, écrans mobiles, objets connectés... Au-delà de la création esthétique, il interroge la donnée, le sens, la hiérarchie de l'information et les logiques narratives interactives. Typographie, motion design, design system, pictogrammes, couleurs, IA générative, accessibilité, storytelling multimédia : tout devient terrain d'expression.

L'enseignement s'appuie sur une pédagogie « learning by doing » : travaux pratiques, projets réels, workshops et challenges immersifs. Les fondamentaux du design restent au cœur de l'apprentissage (histoire de l'art et de la communication visuelle, culture de l'image, sémiologie, règles typographiques, mise en page, identité visuelle...), mais ils sont réinvestis dans les pratiques digitales contemporaines.

Web Design & UI/UX

Plusieurs mois sont consacrés à la création d'expériences interactives :
structure et langage web (HTML/CSS)
design responsive & mobile first
ergonomie d'interface, user research, wireframes et prototypes
design de navigation et performance d'expérience
CMS, e-commerce et bonnes pratiques actuelles du web

Marketing Digital, SEO & Communication en ligne

Le parcours inclut un bloc complet dédié aux stratégies numériques, pour connecter création et performance :
mise en place de campagnes multicanales (réseaux sociaux, web, newsletters)
branding en ligne & content marketing
SEO et optimisation de l'écosystème digital
analytics & pilotage des performances
création vidéo pour les réseaux sociaux, motion design, formats publicitaires
Nous formons des créatifs capables de faire rayonner leurs productions avec un impact réel.

Outils professionnels & IA créative

La formation intègre les technologies émergentes :
IA générative (images, textes, automation)
outils collaboratifs en cloud
design system & bibliothèques partagées
gestion de projet agile

Esprit entrepreneurial & gestion de projet

Les apprenants apprennent à penser comme des professionnels :
culture business & marketing personnel
méthodologie de gestion de projet
posture client, consulting & restitution
construction d'une identité professionnelle

Projet personnel & insertion pro

20 journées dédiées sur l'ensemble du cursus à la conception du portfolio, véritable passeport pour l'emploi et l'alternance.
Deux stages en entreprise (2 × 4 semaines) assurent une immersion concrète en agence, studio ou service communication.

PROGRAMME

Une année, trois trimestres

PREMIER TRIMESTRE		SECOND TRIMESTRE		TROISIÈME TRIMESTRE
CONNAISSANCE DU MARCHÉ	DESIGN GRAPHIQUE	WEB DESIGN	DIGITAL MARKETING	SAVOIR-FAIRE EN ENTREPRISE
1. Se comprendre et comprendre le marché. 2. Définition et réalités du métier. 3. Comprendre les attentes de entreprises et recruteurs. 4. Attentes Client VS Attentes Créatif. 5. Analyse de cas concrets en entreprise (Atelier). 6. Atelier Echanges Client (Oral). 7. Immersion professionnelle (visite en groupe).	1. Histoire de l'Art et de la communication graphique. 2. Mise en page et typo 3. Picto, logo et signalétique. 4. Techniques de recherche de créativité. 5. Photomontage artistique et photomontage publicitaire. 6. Illustration vectorielle. 7. Illustration vectorielle complexe. 8. Rough et maquette. 9. Indesign initiation et perfectionnement. 10. Illustrator initiation et perfectionnement. 11. Photoshop initiation et perfectionnement. 12. Maîtrise de la chaîne graphique. 13. Photographie numérique. 14. Évaluations intermédiaires. ÇBOOKÈ (PROJET PERSONNEL)	1. Connaissance du web. 2. Connaissance du web design. 3. HTML-CSS initiation et perfectionnement. 4. Rough web design (Atelier). 5. UI/UX design (XD et Figma). 6. Responsive web design. 7. Wordpress. 8. Woo commerce. 9. E-commerce (Atelier) 10. S.E.O. 11. Évaluations intermédiaires. ÇBOOKÈ (PROJET PERSONNEL)	1. Us et coutumes du web 2. Analyser et comprendre une cible 3. Communication multicanal 4. Conduite d'un projet web marketing (Atelier). 5. Écriture scénaristique pour internet et les réseaux sociaux. 6. Prise de vue et montage (Première). 7. Motion Design (After Effects). 8. Motion Design réel (Atelier).	1. Statuts et création d'entreprise. 2. Piloter un projet de communication (Atelier). 3. Développer ses réseaux (Coaching). 4. Stage en entreprise, 2 mois (attendus précis).

ADMISSION

L'admission se fait à l'issue d'un entretien préliminaire et d'un test d'entrée composé de 6 épreuves. Prévoyez 30 minutes d'entretien et 1h30 de test.

PASSAGE DE L'EXAMEN

Le passage de l'examen se déroule en 2 temps et sur 2 jours.

Le premier jour (l'écrit) est consacré à une réalisation graphique mettant en oeuvre toutes les compétences techniques et théoriques acquises durant la formation. Il s'agit d'une épreuve en groupe et surveillée.

Le deuxième jour (l'oral)

Pour le titre pro 34319 : L'oral consiste en une présentation d'une heure, devant un jury composé de trois professionnels et d'un membre de l'équipe pédagogique, au cours de laquelle, chaque candidat expose son projet personnel, soit l'ensemble des travaux ainsi que le détail de tous les éléments d'un plan global de communication multicanale.

Pour le titre pro 35634 : Le candidat présente un site internet qu'il a réalisé dans le centre de formation, ainsi que tous les éléments graphiques nécessaire à sa production. Il exposera, en outre, les éléments de recherche (origine, benchmark, étude de marché...) du plan de communication lié.

VALIDATION PAR LA V.A.E.

1. Constitution de votre dossier de demande

Vous devez d'abord constituer un dossier de recevabilité.

Pour cela, téléchargez le cerfa 12818 demande de diplôme ou de titre délivré par la VAE au nom d'un ministère

Quels sont les documents à fournir avec le dossier ?

- .Une pièce d'identité (carte d'identité, passeport ou titre de séjour).
- .Tous les documents justifiants vos expériences et leurs durées.
- .Pour les salariés et bénévoles : fournir les fiches de paie de l'année, bulletins de salaires, attestations de stage, de formation, employeur, relevé de carrière...).
- .Pour les non-salariés : complétez votre dossier en fournissant l'inscription aux organismes habilités et les justificatifs de durée d'inscription (RCS registre du commerce et des sociétés, RM registre des métiers, Urssaf...).
- .Fournir ensuite le dossier complet à l'organisme.
- .L'organisme délivrant le titre ou le diplôme statue sur la recevabilité de votre candidature.

2. Constitution de votre dossier de validation

Si votre candidature est déclarée recevable, vous avez ensuite la possibilité de vous faire accompagner pour établir votre dossier de validation.

Cet accompagnement est une aide à deux niveaux :

- . La mise en forme du dossier de validation
- . Une préparation à l'entretien avec le jury

3. Validation de votre candidature

Une fois votre dossier remis à l'organisme compétent, celui-ci se réunit en jury. Il peut vous convoquer à un entretien et faire une demande de mise en situation si besoin.

4. Nature des évaluations

Le candidat présente devant le jury son book et l'inscrit dans une présentation globale qui intègre son parcours et ses motivations.

Le jury se base essentiellement sur la présentation du book. La conception des éléments du book surtout l'explication associée à toutes les réalisations offrent aux membres du jury suffisamment de contenu pour interroger l'

Les membres du jury s'assurent que le candidat a les compétences requises (voir référentiel compétences).

Le jury peut alors décider :

.La validation totale, vous permettant d'obtenir le titre ou le diplôme désiré.

.La validation partielle. Dans ce cas, le jury préconise un complément de formation pour certaines compétences qui feront l'objet d'un contrôle supplémentaire. Vous avez un délai de cinq ans pour effectuer les formations demandées.

.Le refus de validation. Le jury estime que les conditions ne sont pas remplies pour l'obtention du titre ou du diplôme.

La décision du jury vous est communiquée par courrier par le chef d'établissement ou le centre certificateur.

Noter que vous pouvez :

Obtenir une aide financière auprès de votre employeur, de l'organisme paritaire collecteur agréé (OPCO) ou du conseil régional.

Bénéficier de congés pour préparer votre VAE. La durée de ce congé ne peut excéder 24h de temps de travail par validation.

DÉBOUCHÉS

Le designer graphique & digital peut travailler en studio, en agence, en start-up ou au sein d'un service communication/marketing. Sa polyvalence en branding, UI/UX, contenus web et stratégie digitale lui permet d'intégrer des équipes créatives et d'évoluer vers des fonctions de direction artistique.

Il peut aussi choisir le freelance : développer son activité, gérer plusieurs clients, renforcer sa visibilité en ligne et cultiver son réseau professionnel. Dans ce secteur, le portfolio, le personal branding et les contacts jouent souvent un rôle essentiel, bien plus que les annonces d'emploi classiques.

PARMI LES PERSONNES AYANT SUIVI LA FORMATION DE 1176 HEURES, NOUS AFFICHONS UN TAUX DE RETOUR À L'EMPLOI DE 75 À 80%.

Suite de parcours, poursuite d'études

Après le bachelor 3 Design graphique digital et imprimé, il est possible de poursuivre et d'intégrer le mastère 1 et 2 de **Directeur Artistique en Design Graphique Digital et Imprimé en alternance**, sur deux années.

Prochaines rentrées :

DU 7 FÉVRIER 2025 AU 29 JANVIER 2026

DU 29 AOÛT 2025 AU 9 JUILLET 2026

DU 6 FÉVRIER 2026 AU 28 JANVIER 2027

DU 28 AOÛT 2026 AU 8 JUILLET 2027

COÛT : NOUS CONTACTER

Contactez-nous au **03 53 57 02 99** ou par mail : **b@formagraph.com** pour plus de renseignements quant aux possibilités de financement.



Titre pro
de niveau V (Bac + 2)

LA FORMATION DE 875 HEURES DE DÉVELOPPEUR WEB ET WEB MOBILE (BAC+2)

FORMATION EN DÉVELOPPEMENT WEB MOBILE DE 875 HEURES S'APPUYANT SUR LE TITRE RNCP 37674 (Bac+2) DE DÉVELOPEUR WEB ET WEB MOBILE DU MINISTÈRE DU TRAVAIL

Conformément aux attendus du Ministère du Travail pour ce titre professionnel de niveau V (Bac + 2), tout au long de ce parcours de 875 heures, entièrement présentiel, vous apprendrez à :

1. Développer la partie front-end d'une application web ou web mobile sécurisée

Installer et configurer son environnement de travail en fonction du projet web ou web mobile

Maquetter des interfaces utilisateur web ou web mobile

Réaliser des interfaces utilisateur statiques web ou web mobile

Développer la partie dynamique des interfaces utilisateur web ou web mobile

2. Développer la partie back-end d'une application web ou web mobile sécurisée

Mettre en place une base de données relationnelle

Développer des composants d'accès aux données SQL et NoSQL

Développer des composants métier coté serveur

Documenter le déploiement d'une application dynamique web ou web mobile

Prochaine rentrée :

DU 14 AVRIL AU 30 OCTOBRE 2025

DU 16 MARS AU 22 OCTOBRE 2026

COÛT : NOUS CONTACTER

Contactez-nous au **03 53 57 02 99** ou par mail : **b@formagraph.com** pour plus de renseignements quant aux possibilités de financement.

PROGRAMME

Six mois, deux trimestres

PREMIER TRIMESTRE

HTML-CSS

1. Windows 365
Compétences informatiques
2. HTML-CSS :
(TD + TP)
3. CYBERSÉCURITÉ
(TD + TP)
4. ÉCO-CONCEPTION
5. Sensibilisation RGPD
6. RGAA Accessibilité

Métier :
Intégrateur web

PHP

1. Algorithmie :
(TD + TP)
2. PHP :
(TD + TP)
3. Framework
(SYMFONY 6)
(TD + TP)

Métier :
Développeur web
(couplé à SQL
et JS QUERY).

JAVASCRIPT

1. JAVASCRIPT
(TD + TP)

Métier :
Développeur web
et intégrateur web
(couplé à SQL).

SECOND TRIMESTRE

SQL / MYSQL

1. SQL / MYSQL
(TD + TP)

Métier :
Développeur
et intégrateur web
(couplé à JS, JQUERY
et PHP).

WORDPRESS, UI/UX INTERFACE FRONT-END

1. WORDPRESS
(TD + TP)
2. UI/UX
(TD + TP))
3. SEO/SEA
(TD + TP)
4. DIGITAL MARKETING
(TD + TP)
5. Adobe IL et PS
(TD + TP)

Métier :
Web designer

RÉVISIONS GLOBALES RÉVISIONS CIBLÉES

1. HTML-CSS
2. JAVASCRIPT
3. PHP
4. SQL / MYSQL



Titre pro
de niveau IV (Bac)

LA FORMATION DE 777 HEURES DE CONCEPTEUR GRAPHIQUE (BAC +2)

FORMATION EN COMMUNICATION GRAPHIQUE DE 777 HEURES S'APPUYANT SUR LE TITRE RNCP 39532 (Bac + 2) DE GRAPHISTE DU MINISTÈRE DU TRAVAIL

Cette formation de 777 heures entièrement présentielle est orientée à 80% PAO/Design graphique/Communication et 20% de Web Design.

Durant ce parcours, tous les aspects du métier de graphiste multitâches sont abordés, et les outils et techniques indispensables à la pratique du design graphique sont très largement développés.

Sont également présents au programmes, des cours sur l'histoire du graphisme, de semaines de mise-en-pratique, des semaines d'apprentissage des règles de mise-en-page et des règles d'agencement typographique, des techniques de recherche de créativité, de recherche du sens, des semaines autour du logotype, de l'identité visuelle, etc...

Nous abordons également la gestion de projet de communication, la relation client, le plan-média, le positionnement sur le marché et enfin, dans le but de donner à ce parcours une dimension multicanale, Wordpress et les outils de design UI/UX sont, à leur tour, enseignés.

Les compétences à développer seront les suivantes :

1. Elaborer une proposition graphique

Recueillir et analyser les besoins client.

Définir une solution graphique.

Planifier et organiser la réalisation de supports de communication.

2. Réaliser des supports de communication

Mettre en page des documents simples.

Mettre en page des documents élaborés.

Contrôler la conformité du produit et vérifier la livraison.

3. Contribuer à la stratégie de communication

Assurer une veille technique, technologique et concurrentielle.

Promouvoir une réalisation graphique.

Personnaliser un système de gestion dynamique de contenus de sites web.

Adapter des contenus pour le web et les réseaux sociaux

Prochaine rentrée :

DU 7 FÉVRIER 2025 AU 13 OCTOBRE 2025

DU 6 FÉVRIER AU 26 AOÛT 2026

DU 28 AOÛT AU 11 FÉVRIER 2027

COÛT : NOUS CONTACTER

Contactez-nous au **03 53 57 02 99** ou par mail : **b@formagraph.com** pour plus de renseignements quant aux possibilités de financement.

PROGRAMME Sept mois

MOIS 1 À MOIS 6

CONNAISSANCE DU MARCHÉ

1. Se comprendre et comprendre le marché.
2. Définition et réalités du métier.
3. Comprendre les attentes de entreprises et recruteurs.
4. Attentes Client VS Attentes Créatif.
5. Analyse de cas concrets en entreprise (Atelier).
6. Atelier Echanges Client (Oral).
7. Immersion professionnelle (visite en groupe).

DESIGN GRAPHIQUE

1. Histoire de l'Art et de la communication graphique.
2. Mise en page et typo
3. Picto, logo et signalétique.
4. Techniques de recherche de créativité.
5. Photomontage artistique et photomontage publicitaire.
6. Illustration vectorielle.
7. Illustration vectorielle complexe.
8. Rough et maquette.
9. Indesign initiation et perfectionnement.
10. Illustrator initiation et perfectionnement.
11. Photoshop initiation et perfectionnement.
12. Maîtrise de la chaîne graphique.
13. Photographie numérique.
14. Évaluations intermédiaires.

«BOOK» (PROJET PERSONNEL)

WEB DESIGN

1. Connaissance du web.
2. Connaissance du web design.
3. UI/UX design (XD et Figma).
4. Responsive web design.
5. Wordpress.
6. Communication multicanal

MOIS 7

SAVOIR-FAIRE EN ENTREPRISE

1. Statuts et création d'entreprise.
2. Piloter un projet de communication (Atelier).
3. Développer ses réseaux (Coaching).
4. Stage en entreprise, 2 mois (attendus précis).



DESIGN GRAPHIQUE



Nos formations *Design graphique-PAO modularisées* sont particulièrement adaptées aux entreprises et aux collectivités qui souhaitent voir leurs salariés **monter en compétences**, mais également à toutes les personnes qui désirent **apprendre et maîtriser** les derniers outils et dernières techniques de création et de communication.

**RETROUVEZ, DANS LES PAGES QUI
SUIVENT, L'ENSEMBLE DES
MODULES PAO DÉTAILLÉS.**

Les FORMATIONS MODULARISÉES

INDESIGN Initiation		INDESIGN Perfectionnement		ILLUSTRATOR Initiation		ILLUSTRATOR Perfectionnement	
<p>Objectif</p> <p>Parvenir à surmonter les principales difficultés afin de produire une publication professionnelle prête à imprimer.</p> <p>Public</p> <p>Responsables marketing, chargés de communication, futurs graphistes.</p> <p>Programme</p> <p>Introduction au logiciel</p> <p>Les outils, les menus, les raccourcis, les panneaux et l’espace de travail ;</p> <p>La gestion des zones actives.</p> <p>Le document</p> <p>La navigation, les zooms ;</p> <p>Les calques, les repères, les pages & gabarits.</p> <p>Le texte</p> <p>Les attributs de bloc texte, de caractère ;</p> <p>L’identification des caractères invisibles ;</p> <p>La gestion des tabulations ;</p> <p>La correction orthographique ;</p> <p>Le chaînage ;</p> <p>Gérer les styles de caractère et paragraphes.</p> <p>Les objets</p> <p>La création de blocs ;</p> <p>La symétrie, la rotation, le redimensionnement ;</p> <p>Création et utilisation des couleurs, gestion de dégradés ;</p> <p>Les tons directs Pantone et la conversion en quadri ;</p> <p>La fusion des blocs.</p> <p>Les images</p> <p>L’ importation d’images, la gestion des liens, Bridge ;</p> <p>L’habillage textes/images, la mise en page.</p> <p>La publication</p> <p>Les fonds perdus ;</p> <p>La vectorisation des textes ;</p> <p>La préparation du dossier de flashage ;</p> <p>L’impression.</p> <p>Évaluation et bilan de la formation</p> <p>du 9 au 13 février 2026</p> <p>du 31 août au 4 septembre 2026</p> <p>du 23 aiu 27 novembre 2025</p>		<p>Objectif</p> <p>Augmenter ses compétences et se perfectionner dans la réalisation de publications de haute qualité avec des contraintes spécifiques.</p> <p>Public</p> <p>Graphistes, chargés de communication, connaissant les bases d’Indesign.</p> <p>Programme</p> <p>Gestion de texte</p> <p>Les styles de paragraphe, de caractère et imbriqués ;</p> <p>Les blocs ancrés ;</p> <p>Les filets de paragraphe ;</p> <p>Le texte curviligne et la création de cocardes ;</p> <p>Options d’importation de fichier texte.</p> <p>Tableaux</p> <p>La mise en forme de tableaux ;</p> <p>Créer un tableau à partir d’un texte existant ;</p> <p>Contours et fonds alternés dans un tableau.</p> <p>Gestion des images</p> <p>Importation d’images détournées par tracé, par couche alpha avec contour progressif.</p> <p>Automatisation</p> <p>Les documents modèles ;</p> <p>Les gabarits et la numérotation de pages, créer une section de page ;</p> <p>La création d’une bibliothèque ;</p> <p>Les interactions avec Bridge ;</p> <p>Les options de modifications de mise en page ;</p> <p>La configuration de l’interface et la personnalisation des raccourcis.</p> <p>Publication</p> <p>Les aplatissements des transparences ;</p> <p>La gestion des couleurs lors de l’impression ;</p> <p>La fusion des données ;</p> <p>La création de fichiers PDF.</p> <p>Évaluation et bilan de la formation</p> <p>du 9 au 13 mars 2026</p> <p>du 28 septembre au 2 octobre 2026</p>		<p>Objectif</p> <p>Être capable créer des illustrations et de mettre au propre des documents à partir de modèles en utilisant Illustrator.</p> <p>Public</p> <p>Responsables marketing, chargés de communication, futurs graphistes.</p> <p>Programme</p> <p>Les bases du dessin vectoriel</p> <p>Approche théorique et définition ;</p> <p>Gestion des palettes et de l’interface ;</p> <p>L’affichage et la navigation ;</p> <p>Les plans de travail , les calques ;</p> <p>Bibliothèque CC ;</p> <p>Les outils de sélection.</p> <p>Les tracés</p> <p>Le dessin vectoriel, la plume ;</p> <p>Construire des formes.</p> <p>Maîtriser la couleur</p> <p>La mise en couleur ;</p> <p>Les dégradés de couleurs ;</p> <p>Nuancier et guide des couleurs ;</p> <p>Les tons directs.</p> <p>Manipuler des formes complexes</p> <p>Le pathfinder ;</p> <p>Les tracés transparents et les masques ;</p> <p>Alignement des objets ;</p> <p>Importation des images, liaison et incorporation ;</p> <p>La gestion des raccourcis clavier ;</p> <p>Les symboles ;</p> <p>Transformer les objets ;</p> <p>Les dégradés de formes ;</p> <p>Les outils d’anamorphose.</p> <p>Le texte</p> <p>Gestion du texte et des paragraphes ;</p> <p>Les styles de texte et paragraphe ;</p> <p>Les glyphs ;</p> <p>Préparer un document en vue de son impression.</p> <p>Évaluation et bilan de la formation</p> <p>du 23 au 27 février 2026</p> <p>du 7 au 11 septembre 2026</p>		<p>Objectif</p> <p>Être capable de créer ou reproduire tous styles d’illustrations en utilisant au mieux les outils du logiciel Illustrator.</p> <p>Public</p> <p>Graphistes, chargés de communication connaissant les bases d’Illustrator.</p> <p>Programme</p> <p>Préférences et styles graphiques</p> <p>Les préférences ;</p> <p>La palette aspect ;</p> <p>Les effets vectoriels et bitmaps ;</p> <p>Les formes calligraphiques, diffuses, artistiques ;</p> <p>Les contours de motif ;</p> <p>Les styles graphiques ;</p> <p>La pulvérisation de symboles et la palette symboles.</p> <p>Fonctions avancées et astuces</p> <p>Le ciblage des calques et les astuces pour les calques ;</p> <p>Outil concepteur de forme ;</p> <p>Créer des formes en 3D ;</p> <p>Créer des motifs ;</p> <p>Les filets de dégradé ;</p> <p>Redéfinir les couleurs de l’impression ;</p> <p>Personnaliser un graphe ;</p> <p>Les modes de fusion ;</p> <p>Les enveloppes d’anamorphose ;</p> <p>L’aplatissement ;</p> <p>Les exportations vers Photoshop, InDesign et Flash ;</p> <p>Les masques d’opacité.</p> <p>Automatisation des tâches</p> <p>Automatisation des tâches ;</p> <p>Couleurs globales ;</p> <p>Vectorisation dynamique.</p> <p>L’impression</p> <p>Défonces et recouvrement ;</p> <p>La découpe ;</p> <p>Gestion des polices Opentype.</p> <p>Évaluation et bilan de la formation</p> <p>du 23 au 27 mars 2026</p> <p>du 5 au 9 octobre 2026</p>	
<div> <div>20</div> <div>FORMAGRAPH DESIGN</div> </div>		<div> <div>5 jours soit 35 heures</div> <div>1600 € HT soit 1920 € TTC</div> <div>ÉLIGIBLE CPF</div> </div>		<div> <div>5 jours soit 35 heures</div> <div>1600 € HT soit 1920 € TTC</div> <div>ÉLIGIBLE CPF</div> </div>		<div> <div>5 jours soit 35 heures</div> <div>1600 € HT soit 1920 € TTC</div> <div>ÉLIGIBLE CPF</div> </div>	
FORMAGRAPH DESIGN						FORMAGRAPH DESIGN 21	

Objectif

Être capable d’acquérir, de corriger et de retoucher une image numérisée à l’aide du logiciel Photoshop.

Public

Responsables marketing, chargés de communication, futurs graphistes.

Programme

Introduction et configuration de l’interface

Les dimensions, la résolution, le rééchantillonnage ;
Recadrer, tourner ou étendre la zone de travail ;
L’enregistrement, les formats et le flux de travail ;
Modes d’affichages, panneaux, espace de travail.

Corrections colorimétriques

Les calques de réglage ;
Les niveaux, la balance des couleurs ;
Teinte, saturation, luminosité ;
La colorisation, le remplacement de couleur.

Application de couleur

La pipette et le sélecteur de couleur ;
Remplissage d’une sélection et les dégradés de couleur.

Retouche

Les outils de corrections : outil pièce, tampon de duplication, correcteur localisé, yeux rouges ;
Outils de densité.

Les sélections

Les outils de sélection (lasso, baguette magique, etc. ;
Les modifications, les améliorations ;
Le contour progressif.

Détourage

Enregistrement d’un tracé et du masque ;
Enregistrement d’une couche alpha.

Les calques

Déplacements, copie, suppression, transformation ;
Lier, fusionner, aplatir l’image ;
Les calques de texte.

Évaluation et bilan de la formation

du 16 au 20 février 2026
du 15 au 19 septembre 2026
du 30 novembre au 4 décembre 2026

Objectif

Réaliser les corrections chromatiques et montages complexes, utiliser toutes les ressources de Photoshop dans tous les domaines.

Public

Graphistes, chargés de communication connaissant les bases de Photoshop.

Programme

Colorimétrie

La bichromie ;
Courbes ;
La fonction tons clairs/tons foncés ;
Correction sélective ;
Courbe de transfert de dégradé ;
Fusion HDR.

Traitement d’images brutes

Le format Raw et Camera Raw ;
Masques d’écrtéage, de fusion, vectoriels ;
Les outils vectoriels et les formes personnalisées ;
La composition de calques, option d’effets de calques ;
Échange de tracés avec Illustrator ;
Transformations avancées ;
La galerie de filtres, la fluidité ;
Opacité, modes de fusion ;
Les détourages complexes ;
Objets et filtres dynamiques ;
Formes d’historique et formes artistiques ;
Création de motif.

Automatisation

Création et gestion des scripts ;
Création de droplets ;
Le traitement par lots ;
Les panoramas.

Publication

L’impression depuis Photoshop ;
Les formats d’exportation et leur caractéristiques ;

Évaluation et bilan de la formation

du 16 au 20 mars 2026
du 12 au 16 octobre 2026

Objectif

Se doter d’une analyse techniques et esthétiques indispensables à la réalisation d’une mise en page.

Public

Tout utilisateur de la PAO.

Programme

Le langage autour de la typographie

Anatomie des caractères ;
La classification Vox-Atypi ;
Les images mots ;
La sémiologie de la typographie.

Compréhension de la typographie

Comment définir la typo à utiliser ;
Apprendre à ressentir une typographie ;
Travaux de groupe.

La mise en page

Analyse de l’espace de votre mise en page ;
Sens de lecture ;
Hiérarchie de l’information ;
La pertinence d’une mise en page texte ;
La pertinence d’une mise en page texte / image ;
Conseil et pièges à éviter pour la réalisation d’une mise en page.

L’image

Analyse et choix de la bonne image ;
Sémiologie de l’image.

Les couleurs

La couleur dans vos créations ;
Les différentes connotations lié à l’utilisation d’une couleur dans une mise en page.

Exercices pratiques sur les caractères et la mise en page

du 2 au 6 mars 2026
du 21 au 25 septembre 2026

Objectif

Comment cultiver sa créativité ?
Acceptez de vous inspirer ; Expérimentez ; Lâchez prise ;
Osez oser ; Exercez votre imagination !

Public

Graphistes, illustrateurs, graphistes, webdesigners, chefs de projet amenés à définir des stratégies de communication.

Programme

Les bases fondamentales du design graphique ;
La connotation typographique ;
Inspirations et tendances graphiques ;
La psychologie des couleurs ;
La sémiologie appliquée au graphisme ;

D’où vient la créativité ?

Ce qui la favorise ;
Ce qui la bloque ;
Osez oser ! ;
Exercez votre imagination ;
Influences et journal de bord ;
Agencez votre espace !
Confrontez-vous à la critique ;
Écoutez l’enfant qui est en vous !

Comment devenir un génie créatif en 5 jours ?

J1 : Méfiez-vous du manque de confiance en vous
J2 : Pensez comme un créatif
J3 : Foncez et créez
J4 : Peaufinez les détails
J5 : Soyez fier et montrez-le

Prise de recul

L’analyse des différents styles ;
Le comportement et la typologie du consommateur ;
Personnalité et approche publicitaire.

du 7 au 10 avril 2026
du 19 au 23 octobre 2026

5 jours
soit 35 heures

1600 € HT
soit
1920 € TTC
ÉLIGIBLE
CPF

5 jours
soit 35 heures

1600 € HT
soit
1920 € TTC
ÉLIGIBLE
CPF

5 jours
soit 35 heures

1600 € HT
soit
1920 € TTC

5 jours
soit 35 heures

1600 € HT
soit
1920 € TTC

Objectif

Repérer les différences entre les différents type de logotypes et expérimenter chacun d’entre eux.
 Être capable de concevoir et produire une charte graphique et une signalétique cohérente.

Public

Graphistes, futurs graphistes, tout public.

Programme

D’où vient le logo ? à quoi sert-il ?

Son histoire ;

Typologie des logotypes

Les logos simples, typogrammes ou logogrammes ;
 Les logos complexes;
 Les logos siglotypes ;
 Les logos icotypes ;
 Le monogramme ;

Les fonctions du logo

Une fonction référentielle et informative ;
 Une fonction expressive et représentative ;
 Une fonction phatique et conative ;
 Une fonction de certification (signature, caution) ;
 Une fonction d’appartenance.

Les qualités d’un bon logotype

Cohérence ;
 Esprit de synthèse ;
 Simplicité ;
 Qualité évolutive ;
 Modulable à souhait ;
 Exportable.

La charte graphique

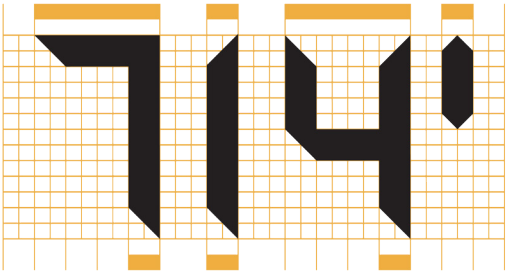
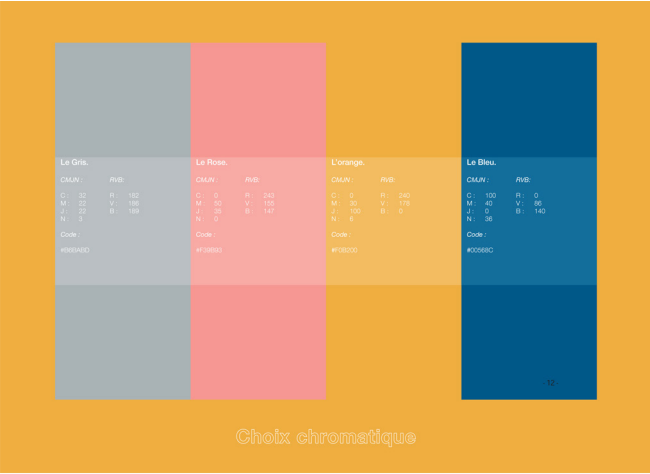
L’intérêt de réaliser une charte graphique

L’identité graphique reste intacte
 Identification facilement de l’émetteur

Contenu d’une charte graphique

- Le logotype
 - Les polices de caractères utilisées
 - Les jeux de couleurs
 - L’utilisation d’éléments graphiques
 - Principes du choix des images et des illustrations.

du 13 au 17 avril 2026
 du 2 au 6 novembre 2026



1600 € HT
 soit
 1920 € TTC

5 jours
 soit 35 heures

Objectif

Maîtriser la prise de vue mobile, la lumière et la composition, retoucher sur smartphone, produire et diffuser des images professionnelles pour print et digital.

Public

Étudiants, communicants et créatifs souhaitant maîtriser la photographie mobile pour le print et le digital, créer des contenus visuels impactants et développer une présence professionnelle en ligne.

Programme

Prise en main

Capacités photo du smartphone (objectifs, résolution, stabilisation),
 Paramétrages essentiels : exposition, formats (JPEG/RAW), balance des blancs,
 Accessoires utiles : éclairage mobile, trépied, réflecteurs.

Techniques de prise de vue

Composition, cadrage, storytelling visuel,
 Gestion de la lumière naturelle et artificielle,
 Qualité d’image : maîtriser netteté, mouvement, couleurs.

Mise en pratique métier

Reportage événementiel et corporate,
 Packshot / nature morte pour produits,
 Portrait professionnel (en intérieur / extérieur),
 Décor et lumière : studio léger ou environnement réel.

Retouche & diffusion digitale

Applications de retouche mobile (ex. : Lightroom Mobile),
 Préparer les visuels pour le print ou les réseaux sociaux,
 Workflow rapide : prise de vue > retouche > publication.

Professionnalisation

Droits, éthique & cohérence d’image de marque,
 Optimisation pour la visibilité en ligne : formats et bonnes pratiques les plateformes,
 Notions SEO appliquées à l’image : naming, métadonnées, alt-text,
 Création de visuels prêts à publier : templates réseaux sociaux, motion léger,
 Cohérence graphique & adaptation à l’identité de marque.

Culture pro & bonnes pratiques

Exigences de qualité entre print et digital,
 Droit à l’image, copyright, éthique du contenu partagé,
 Introduction à l’IA photo (agrandissement, correction, détourage).

Le 5 mai 2026
 Le 9 novembre 2026

1 jour
 soit 7 heures

475 € HT
 soit
 570 € TTC

Objectif

Améliorer et perfectionner vos photos avec Lightroom, adapter le traitement de vos photos en fonction de leur destination.

Public

Photographes, graphistes et responsables d’agences photographiques.

Programme

L’image numérique

Formats
 Compression
 Couleur

Organiser sa bibliothèque

Acquisition des images ;
 Organisation des médias : dossiers, collections, piles et catalogues ;
 L’édition : étiquetage, tri, recherche et filtrage ;
 La gestion des Métadonnées : IPTC, EXIF
 Les mots-clés.

Traiter ses images

Les réglages de base ;
 Corrections de la lumière et de la couleur ;
 Optimisation de l’image, bruit, netteté ;
 Recadrage ;
 Corrections locales ;
 Filtres gradués ;
 Masques et effets.

Traitement par lot

Synchronisation manuelle et automatique ;
 Synchronisation automatique ;
 Les paramètres prédéfinis ;
 Instantanés ;
 Copies virtuelles.

Exports

Exporter des fichiers vers Photoshop ;
 Livre photo ;
 Diaporama.

Le 6 mai 2026
 Le 10 novembre 2026

1 jour
 soit 7 heures

475 € HT
 soit
 570 € TTC

Objectif

Savoir interpréter le brief-client et l’orienter de manière à optimiser le lancement d’un projet.
Mettre en place une stratégie média adaptée pour une campagne publicitaire.

Objectif

Tout public, graphistes, directeurs artistiques, chefs de projet...

Programme

LE BRIEF-CLIENT

Qu’est ce qu’un BRIEF-CLIENT

Savoir l’interpréter et l’orienter pour lancer le projet dans les meilleures conditions.

- Création d’un brief créatif ?
- Pourquoi est-il si important ?
- Analyses de vos Attentes VS Attentes Client ;
- Les 6 points clés pour réussir son brief client
- Le contexte
- Les objectifs
- La méthodologie pressentie
- Les livrables attendus
- Le planning
- Le budget (facultatif mais qui a son importance)

le 20 avril 2026
le 23 novembre 2026



1 jour
soit 7 heures

475 € HT
soit
570 € TTC

Objectif

- Définir des objectifs de communication et des indicateurs de résultat.
- Définir des actions, choisir les outils à mettre en oeuvre.
- Établir budget et planning.
- Piloter, suivre et évaluer son action.

Public

Responsables et chargés de communication.
Toute personne amenée à diriger un projet de communication.

Programme

Définir clairement son projet de communication

Identifier le contexte et les enjeux du projet,
Trouver la bonne idée de communication,
Qualifier ses cibles et définir les comportements attendus,
Définir des objectifs de communication concrets, mesurables et identifiables,
Déterminer ses indicateurs de résultat,
Choisir les modalités d’évaluation.

Concevoir le projet de communication et élaborer son plan d’action

Choisir les moyens de communication à mettre en oeuvre,
Définir le ton, le style de son action conformément à l’image voulue de l’entreprise,
Concevoir et formaliser les messages clés à diffuser,
Budgéter son action : coût et temps passé,
Établir son planning,
Répartir les rôles et les fonctions des différents acteurs : pilotage et réalisation,
Élaborer le plan d’action.

Réaliser ou faire réaliser l’action

Rédiger un cahier des charges pertinent et précis,
Recruter ses prestataires et organiser la consultation,
Conduire un brief d’agence,
Évaluer objectivement les propositions et sélectionner la meilleure,
Piloter et suivre la réalisation de son projet,
Évaluer les résultats de son projet.

du 21 au 24 avril 2026
du 24 au 27 novembre 2026

5 jours
soit 35 heures

2000 € HT
soit
2400 € TTC

Création NUMÉRIQUE Communication AUDIOVISUELLE Stratégie DIGITALE

piloter une présence efficace sur les réseaux sociaux, et produire des vidéos adaptées aux standards du web d’aujourd’hui.

Au fil des sessions, les apprenants travailleront sur des cas pratiques, des mises en situation réelles et des outils professionnels. Ils repartent avec des méthodes éprouvées, une organisation efficace de leur chaîne de fabrication de contenus et une compréhension approfondie des leviers de visibilité numérique.

Ces formations donnent ainsi aux designers le pouvoir d’augmenter la valeur de leurs créations et de devenir de véritables acteurs de la performance digitale.

Ces formations permettent de créer des contenus SEO performants, de produire des vidéos professionnelles et engageantes, de piloter une stratégie social media efficace, d'utiliser l'IA pour accélérer la création visuelle et d'automatiser la communication avec ChatGPT. L'objectif : renforcer la visibilité, la crédibilité et les conversions de l'entreprise grâce à des actions concrètes et immédiatement opérationnelles.

RETROUVEZ, DANS LES PAGES QUI SUIVENT, L'ENSEMBLE DES MODULES COMMUNICATION DIGITALE DÉTAILLÉS.

Aujourd’hui, la visibilité d’une marque, d’un produit ou d’une idée se joue principalement en ligne. Les usages numériques évoluent sans cesse : les réseaux sociaux deviennent des canaux commerciaux incontournables, les moteurs de recherche déterminent la portée des contenus, les vidéos captent l’attention en quelques secondes, et l’intelligence artificielle transforme la création en accélérant les processus tout en multipliant les possibilités.

Face à ces mutations rapides, les professionnels du design graphique, print ou digital, doivent aller au-delà de la maîtrise des outils visuels. Ils doivent comprendre les comportements en ligne, s’adapter aux plateformes, optimiser les contenus pour qu’ils soient trouvés, vus, compris et partagés. La créativité seule ne suffit plus : elle doit s’inscrire dans une stratégie.

Ces formations ont été conçues pour répondre à ces enjeux et pour offrir une vision complète, actuelle et opérationnelle du marketing digital et de la communication audiovisuelle. Elles reposent sur des méthodes concrètes : storytelling, analyse des audiences, référencement naturel, production vidéo optimisée, social media management et utilisation raisonnée de l’IA générative.

L’objectif est simple : permettre à chaque participant de développer des compétences directement mobilisables en entreprise. Savoir comment raconter une histoire qui capte l’attention, concevoir des contenus qui génèrent un impact réel,



DIGITAL MARKETING POUR LES COMMUNICANTS

Objectif

Maîtriser les réseaux sociaux, analyser les besoins clients, créer des contenus engageants, exploiter l’IA pour l’idéation et optimiser visibilité, impact et conversion des campagnes digitales.

Programme

1. Comprendre les usages et coutumes du net

Objectif : Identifier les comportements des internautes et les tendances digitales pour concevoir des stratégies pertinentes.

Panorama des pratiques actuelles sur le web et les réseaux sociaux,
Typologies d’utilisateurs : passifs, interactifs, prescripteurs,
Temps de lecture, formats préférés et engagement sur chaque plateforme,
Observation des comportements d’achat et des interactions sociales,
Analyse des tendances virales et opportunités de contenu pour les marques.

2. Réseaux sociaux : principes et typologie des messages

Objectif : Savoir choisir les plateformes et adapter les messages à chaque canal.

Pourquoi publier et comment planifier ses publications,
Différents types de contenus : informatif, promotionnel, storytelling, engageant,
Formats et visuels adaptés à chaque réseau,
Analyse de la portée, engagement et conversion selon le réseau,
Gestion de la cohérence éditoriale entre print et digital.

3. LinkedIn, stratégie et visibilité professionnelle

Objectif : Exploiter LinkedIn comme outil de notoriété, de networking et de génération de leads.

Optimisation du profil personnel et de la page entreprise

Définition de la stratégie de publication : fréquence, types de posts, hashtags,
Création de contenus engageants : articles, posts courts, vidéos,
Analyse des indicateurs de performance (reach, interactions, leads générés),
Utilisation d’outils de planification et d’automatisation.

TikTok et TikTok Manager, contenus viraux et ciblage

Objectif : Créer des contenus attractifs et mesurer leur impact pour toucher de nouvelles audiences.

Comprendre l’algorithme TikTok et le fonctionnement des tendances,
Types de contenus performants : challenges, tutoriels, storytelling visuel,

Paramétrage et utilisation de TikTok Manager pour le ciblage et la publicité,
Planification et optimisation des campagnes sponsorisées,
Mesure des résultats et adaptation de la stratégie.

5. Autres réseaux sociaux : WhatsApp, WhatsApp Business, Telegram, Instagram, Facebook

Objectif : Exploiter l’ensemble des réseaux secondaires pour fidéliser et générer du trafic.

Création de groupes, listes et newsletters ciblées,
Stratégies de contenu spécifiques à chaque canal,
Gestion de la conversation et relation client via messageries,
Utilisation des stories, reels et posts sponsorisés,
Suivi et mesure de l’engagement.s

6. Analyse des besoins client et personas

Objectif : Adapter le discours et les supports en fonction des cibles.

Création et segmentation des personas,
Étude des besoins, comportements et attentes des clients,
Construction d’un schéma lexical adapté à chaque cible,
Ajustement du ton, du style visuel et du type de contenu,
Définition de parcours utilisateurs et entonnoirs marketing.

7. Optimisation du contenu, IA et impact commercial

Objectif : Générer des contenus engageants, cohérents et efficaces pour susciter l’achat et optimiser la visibilité.

Production éditoriale de qualité : textes, visuels et vidéos,
Utilisation de l’IA pour l’idéation, rédaction, hashtags et légendes,
Techniques pour prolonger la durée de vie des contenus existants,
Stratégies pour améliorer le référencement social et la visibilité organique,
Création de contenu qui génère le besoin et encourage la conversion.

Résultat attendu :

Les participants maîtrisent les réseaux sociaux principaux et secondaires, créent des contenus adaptés à leurs cibles, exploitent l’IA pour produire efficacement et augmentent la visibilité et l’impact commercial de leurs campagnes.

du 30 mars au 3 avril 2026
du 12 au 16 octobre 2026

Objectif

Savoir interpréter le brief-client et l’orienter de manière à optimiser le lancement d’un projet.
Mettre en place une stratégie média adaptée pour une campagne publicitaire.

Objectif

Tout public, graphistes, directeurs artistiques, chefs de projet...

Programme

LE BRIEF-CLIENT

Qu’est ce qu’un BRIEF-CLIENT

Savoir l’interpréter et l’orienter pour lancer le projet dans les meilleures conditions.

- Création d’un brief créatif ?
- Pourquoi est-il si important ?
- Analyses de vos Attentes VS Attentes Client ;
- Les 6 points clés pour réussir son brief client
- Le contexte
- Les objectifs
- La méthodologie pressentie
- Les livrables attendus
- Le planning
- Le budget (facultatif mais qui a son importance)

le 20 avril 2026
le 23 novembre 2026

1 jour
soit 7 heures

475 € HT
soit
570 € TTC

Objectif

Apprendre à créer et optimiser des campagnes Google Ads, comprendre les bases du SEA, analyser les performances, maîtriser le ciblage et maximiser le retour sur investissement des annonces.

Public

Graphistes, webdesigners, chargés de communication.

Programme

Comprendre Google Ads

Initiation au Marketing de la Performance ;
Principes du Search Marketing ;
Référencement ;
Avantages/inconvénients Adwords ;
Glossaire et ratios en campagne.

Google Ads

Assimiler principes, composantes, fonctionnement audience, réseaux (recherche, display), annonces Adwords, Interface, gestion campagnes, outils (générateur mots clés, Google).

Utiliser les liens sponsorisés

Interface Google Adwords ;
Réseaux et formats publicitaires (Google Adwords/Adsense, Bing) ;
Campagnes universelles (desktop, mobile, tablettes) ;
Mode de fonctionnement (enchères, Quality Score Google).

Définir sa stratégie de campagne

Objectifs (vente, trafic) ;
Plan media publicitaire ;
Période de diffusion et ciblage ;
Complémentarité référencement naturel.

Créer campagnes Display et Retargeting

Principes et intérêts ;
Campagnes sur Youtube ;
Display, remarketing, optimisations Google Ads ;
Optimiser ses mots clés ;
annonces, saisonnalité.

ROI et suivi des conversions

Statistiques, Google Analytics ;
Nouveaux supports (réseau display, Google Maps et Adresses, Adwords mobile).

du 18 au 20 mars 2026
du 7 au 8 juillet 2026

2 jours
soit 14 heures

950 € HT
soit
1 140 € TTC

Objectif

Comprendre le SEO, analyser les besoins utilisateurs, structurer un site efficacement, rédiger des contenus optimisés et améliorer la visibilité digitale sur Google.

Public

Graphistes, communicants, marketeurs, créateurs de contenu, professionnels souhaitant maîtriser le SEO.

Programme

1. COMPRENDRE LE SEO

Objectif : *Assimiler les fondamentaux du référencement naturel et la logique de visibilisation d’un site sur Google.*

Pourquoi faire du SEO ?

Comprendre le rôle du SEO dans une stratégie digitale moderne,
Différences SEO / SEA / SMO,
Comment Google analyse et classe les pages,
Impact du SEO sur la visibilité, le trafic et les conversions,
Présentation des types de requêtes (informations / achat / navigation).

Persona & comportements de recherche

Définir la ou les cibles : attentes, freins, motivation à l’achat,
Comprendre comment fonctionne la “barre Google” (intentions de recherche),
Méthodes pour découvrir les besoins utilisateurs (Google Suggest, People Also Ask, etc.),
Rassembler les requêtes utiles et les classer par intention,
Faire émerger les mots-clés informatifs vs. transactionnels,
Résultat attendu : une base stratégique solide pour construire un référencement aligné sur les besoins réels du client.

2. UTILISER LE SEO POUR STRUCTURER SON SITE

Objectif : *Savoir organiser ses pages pour guider Google et l'utilisateur.*

Construire un cocon sémantique

Logique du SEO sémantique : lier les sujets entre eux,
Hiérarchies thématiques et arborescences performantes,
Exemples concrets de cocons sur des sites existants.

Entonnoir sémantique & pages piliers

Structurer le parcours utilisateur de l’information vers l’action,
Identifier les pages piliers et leurs pages secondaires,

Assurer la cohérence entre contenu éditorial et objectifs business.

Mind mapping & structure du site

Création d’une carte mentale des contenus,
Architecture optimale : profondeur des pages, menus, URLs
Priorisation des pages pour générer du trafic qualifié.

Résultat attendu : une structuration claire du site, prête à être utilisée en rédaction SEO.

3. RÉDIGER POUR ÊTRE (VRAIMENT) RÉFÉRENCÉ

Objectif : *Générer du contenu visible, attractif et cohérent avec Google.*

Mots-clés & rédaction Web

Placer les bons mots-clés aux bons endroits,
Méthode pour rédiger une page optimisée (Hn, balises Title, Meta),
Écrire pour Google ET pour l’humain,
Rédaction SEO pour blogs et guides experts,
Techniques d’enrichissement sémantique.

Autorité du site & protections avancées

Maillage interne : organiser les liens pour booster les pages clés,
Cannibalisation : l’éviter, la détecter, la corriger,
Backlinks & Netlinking : obtenir des liens de qualité,
Negative SEO : se prémunir contre les attaques concurrentielles,
Suivi et mesure des performances (Search Console / Analytics).

Résultat attendu : des textes optimisés, intégrés dans un site performant techniquement et stratégique marketing clair.

Livrables pédagogiques

- > Un persona marketing complet
- > Une liste de mots-clés stratégiques
- > Un mindmap de l’arborescence SEO
- > Plusieurs pages ou articles optimisés SEO
- > Un plan d’actions SEO opérationnel

du 1^{er} au 5 avril 2026
du 8 au 12 octobre 2026

2500 € HT
soit
3000 € TTC

5 jours
soit 35 heures

Objectif

Comprendre les principes de génération visuelle par IA, Maîtriser Midjourney, SORA et FOOOCUS AI pour créer images et vidéos, Optimiser la rédaction de prompts et l’usage des paramètres avancés, Intégrer ces productions dans une communication print et digitale.

Public

Graphistes, communicants, créateurs de contenus, marke-teurs et étudiants en design souhaitant produire rapidement des visuels et vidéos professionnels avec des outils d’IA générative.

Programme

Débuter avec Midjourney, SORA et FOOOCUS AI
Présentation des trois plateformes : usages, forces et limites, Discord pour Midjourney, interface SORA et interface simplifiée de FOOOCUS, Paramétrage initial, modèles disponibles, import/export des fichiers, Premières images avec Midjourney et FOOOCUS, première vidéo avec SORA.

Maîtriser les fondamentaux de la création IA
Structure d’un prompt efficace pour image et vidéo, Styles visuels, lumières, cadrages, textures et cohérence graphique, Utilisation des images sources : upload dans Midjourney, inpaint/outpaint avec FOOOCUS, Premiers scénarios vidéo simples avec SORA à partir de prompts.

Techniques avancées Midjourney, SORA & FOOOCUS AI

Midjourney : paramètres avancés (Seed, Ratio, Niji, Stylize...), FOOOCUS : contrôle précis, retouches IA, photoréalisme, correction des visages, Création cohérente entre images : variations, multi-prompts et séries visuelles, SORA : montage complet avec séquences générées + assets importés.

Workflow complet pour la création de contenus
Combiner FOOOCUS pour les corrections + Midjourney pour la création + SORA pour la narration vidéo,

Optimisation pour réseaux sociaux, sites web et supports print, Gestion de projets : cohérence graphique, branding, formats, exports, Production finale d’un projet pro mêlant images + vidéo prêt à la diffusion.

Résultat attendu :

Les participants seront capables de créer des images et vidéos IA de qualité professionnelle, maîtriser un workflow numérique complet, intégrer des outils d’IA dans leurs projets de communication et produire des contenus adaptés au print et au digital.

du 8 au 10 décembre 2025
du 10 au 12 février 2026
du 14 au 17 décembre 2026

1250 € HT
soit
1500 € TTC

2,5 jours
soit 18 heures

Objectif

Comprendre ChatGPT, rédiger et optimiser des prompts, automatiser des tâches, créer un assistant numérique, détec-ter erreurs et améliorer la prise de décision en entreprise.

Public

Professionnels, communicants et managers souhaitant exploiter ChatGPT pour automatiser, optimiser et créer du contenu digital, améliorer la productivité et faciliter la prise de décision.

Programme

Jour 1 : Comprendre ChatGPT, fondamentaux et sémantique
Objectif : *Comprendre comment ChatGPT fonctionne et comment interagir efficacement.*

- Introduction à l’IA conversationnelle et ChatGPT,
- Comprendre la sémantique et le fonctionnement du langage génératif
- Exemples concrets : ce que ChatGPT peut faire et ses limites,
- Travaux pratiques : analyser des prompts et résultats, identifier les biais ou erreurs.

Jour 2 : Rédiger et structurer ses prompts
Objectif : *Savoir créer des instructions claires et exploitables.*

- Rédiger un prompt efficace : formulation, contexte, consignes précises,
- Fractionner les demandes pour obtenir des résultats plus précis,
- Étude de cas : prompts pour communication, marketing digital et production de contenus,
- Exercices pratiques : réécriture et optimisation de prompts, comparaison de réponses.

Jour 3 : Automatiser et adapter ChatGPT
Objectif : *Utiliser ChatGPT dans un environnement professionnel et automatiser certaines tâches.*

- Adapter ChatGPT à l’environnement d’une entreprise (CRM, gestion de projets, communication interne),
- Automatiser des tâches répétitives : génération d’e-mails, publi-cations, rapports simples,
- Créer un assistant numérique personnalisé pour la communi-cation ou la veille,
- Travaux pratiques : scénarios d’automatisation et intégration dans workflow.

Jour 4 : Optimiser, détecter et décider
Objectif : *Exploiter ChatGPT de manière stratégique tout en limi-tant les erreurs.*

- Faciliter les prises de décision grâce à l’IA : synthèse, comparaison, recommandations,
- Détecter et corriger les erreurs ou incohérences générées par l’IA,
- Bonnes pratiques de supervision et validation des contenus,
- Exercices pratiques : mise en situation réelle, création d’un assis-tant digital complet.

Méthodologie : alternance d’apports théoriques, démonstrations live, ateliers pratiques et études de cas concrets pour l’entreprise et la communication digitale.

du 26 au 29 mai 2026
du 7 au 10 décembre 2026

2000 € HT
soit
2400 € TTC

4 jours
soit 28 heures

Objectif

Etre capable d’écrire et de réaliser un film court, en vue d’une diffusion sur le web et plus particulièrement sur les réseaux sociaux.

Public

Responsables et chargé(é)s de communication, graphistes, chefs de projets.
Prérequis : Connaître les fonctions de base d’Adobe Première ou Première Rush.

Programme

Pré-production et conception
Choisir un sujet pertinent et aligné avec la cible,
Cibler le public et définir les besoins et attentes,
Rédiger une note d’intention pour clarifier les objectifs créatifs,
Élaborer un cahier des charges : budget, durée, contraintes techniques et artistiques,
Structurer la narration à travers le storytelling et planifier l’enchaînement des idées.

Storyboarding et préparation visuelle
Concevoir un storyboard pour visualiser chaque plan et chaque séquence,
Définir les plans, angles de caméra et mouvements pour renforcer le récit,
Préparer la chaîne de production numérique (workflow) : caméra, appareil photo ou smartphone, logiciels de montage, matériel audio,
Vérifier la compatibilité des formats entre les différents outils,

Tournage et recherche iconographique
Capturer l’image : cadrage, lumière et composition,
Capter les sons d’ambiance et enregistrer une voix off,
Rechercher et sélectionner du matériel visuel et audio préexistant,
Sensibilisation aux droits d’auteur et à l’utilisation légale des contenus,

4. Montage et post-production
Assembler les différents matériaux audiovisuels selon le storyboard,
Intégrer les éléments typographiques et graphiques,
Mixer les sons : ambiance, musique, voix off,
Finaliser l’exportation en choisissant les formats adaptés à la diffusion web.

du 20 au 24 avril 2026
du 16 au 20 novembre 2026

5 jours
soit 35 heures

1600 € HT
soit
1920 € TTC
ÉLIGIBLE
CPF

Objectif

Apprendre à effectuer des montages vidéo avec **Adobe Première** et les diffuser dans les principaux formats en vigueur

Public

Graphistes ou futurs graphistes, chargés de communication, responsables marketing, chefs de projet.
Graphistes souhaitant s’orienter vers le montage vidéo et/ou multimédia.

Programme

Introduction au montage vidéo
Introduction à la vidéo
Histoire du montage vidéo
La diffusion TV
Notions théoriques de montage vidéo
Présentation du logiciel Adobe Premiere
Les formats vidéo
L’encodage
Notion de séquence
Notion de plan
Notion de raccord
Prise en main du logiciel Adobe Premiere
Découverte de l’interface
Le gestionnaire de projets
La fenêtre montage
Les effets
Les transitions
La palette d’outils
La gestion du son
Les outils de titrage
Mise en pratique
Réalisation d’un clip pas à pas
Exportation du montage vidéo
Diffusion dans les principaux formats en vigueur

Question/réponses

Évaluation et bilan de la formation

du 30 au 31 mars 2026 - **initiation**
du 27 au 28 avril 2026 - **perfectionnement**
du 28 au 29 octobre 2026 - **initiation**
du 9 au 10 novembre 2026 - **perfectionnement**

4 jours
(2j initiation et 2j
perfectionnement)
soit 28 heures

1680 € HT
soit
2016 € TTC
ÉLIGIBLE
CPF

Objectif

Maîtriser les principales fonctionnalités d’After Effects - savoir créer et manipuler des compositions pour réaliser des animations destinées au web ou à la vidéo – Appréhender la transversalité avec les autres produits de la suite Adobe : Photoshop, Illustrator et Premiere Pro.

Public

Graphistes et webmasters, chargés de communication, photographes et toute personne souhaitant réaliser et mettre en ligne du contenu vidéo et utiliser toutes les fonctionnalités d’After Effects.

Programme

Comprendre les principes de l’animation et du compositing 2D
Définir les grandes étapes d’une animation réalisée avec After Effects ;
Se repérer dans l’interface : les menus, les outils, les palettes, la fenêtre de prévisualisation... ;
Appréhender les bases de l’animation.

Configurer le projet pour une diffusion polyvalente
Importer les médias ;
Gérer les images-clés pour animer les calques ;
Synchroniser les animations avec le son.

Optimiser les projets et le flux de production
Personnaliser l’espace de travail ;
Comprendre et expérimenter le bon usage des précompositions ;
Optimiser les prévisualisations.

Utiliser les calques d’effets
Utiliser et animer les styles de calques hérités de Photoshop ;
S’initier au motion design.

Créer des animations de texte élaborées
Gérer des transitions dynamiques ;
Contrôler la stabilisation et le tracking de vidéos ;
Identifier les besoins et choisir la technique appropriée pour gérer les couches alpha.

Créer et animer les masques vectoriels
Contrôler les modes de transfert et les modes de fusion ;
Exploiter les caches en alpha et en luminance ;
Incruster les titres sur une image vidéo ;
Contrôler les effets de vitesse.

6 jours
(3 jours d’initiation
et 3 jours de perfectionnement)
soit 42 heures

2520 € HT
soit
3024 € TTC
ÉLIGIBLE
CPF

Optimiser et archiver les projets et les métrages
Perfectionner les rendus et les compressions ;
Choisir les formats d’exportation vidéo pour un usage broadcast, pour le Web et pour les terminaux mobiles.

Évaluation et bilan de la formation

du 7 au 9 avril 2026 - **initiation**
du 4 au 6 mai 2026 - **perfectionnement**
du 2 au 4 novembre 2026 - **initiation**
du 23 au 25 novembre 2026 - **perfectionnement**

Objectif

Créer une newsletter diffusée par e-mail, maîtriser le processus d'envoi et en assurer le suivi.

Public

Responsable et chargé(e) de communication, responsable Internet/Intranet, web manager... toute personne ayant besoin de créer des newsletters ayant des bases en Photoshop ou Illustrator et de notions de HTML.

Programme

Introduction aux newsletters

Newsletter vs emailing ;
Législation et déontologie ;
Langages utilisés pour les newsletters ;
Principaux outils de conception, envoi et suivi.

Concevoir et réaliser une newsletter

Les messages clés à communiquer ;
Structurer le contenu de la lettre ;
Concevoir la maquette ;
Définir la charte graphique.

Ajouter des contenus et de l'interactivité

Mettre en valeur le texte ;
Utiliser les médias ;
Ajouter des liens interactifs.

Processus d'envois des newsletters

Envoi simple avec Internet Explorer et Outlook ;
Envoi massif avec MaxBulk Mailer ;
Campagnes d'emailing avec SendBlaster.

Suivi et analyse de performances

Analyser la performance d'un emailing ;
Étude d'un composant d'emailing sous un CMS.

Études de cas de Newsletters

Évaluation et bilan de la formation

le 29 avril 2026
le 26 octobre 2026

Objectif

Utiliser la Newsletter comme un véritable outil marketing, en déterminant des objectifs préalables, en appréhendant les formats d e mises en pages, en gérant les fichiers de destinataires et les suivis statistiques, et en évitant les filtres anti-spams.

Public

Chefs de projets, chargé(e)s de communication, responsables de communication et/ou marketing.

Programme

Comprendre ce qu'est une newsletter

Chiffres et perspectives ;
La newsletter en 4 phases.

Phase de réflexion

Comprendre l'environnement général des supports ;
Objectif délivrabilité et CTA (Call To Action).

Phase de conception

Notions de prototypage ;
Notions de charte graphique ;
Où trouver des idées graphiques ? Quels outils utiliser ?

Gestion des utilisateurs

La collecte de données utilisateurs ;
Notions légales ;
Importations de fichiers ;
Qualifications et segmentations des bases de données.

Processus d'envois et suivis des campagnes

Connaître les usages et possibilités des services d'envois ;
L'envoi par logiciels : un exemple avec AcyMailing ;
Possibilités de tracking.

Découverte d'outils de gestion complète de newsletters

Découverte de Sarbacane Desktop ;
Découverte de MailChimp.

Conclusion

Qu'est-ce qu'une campagne réussie ?

le 30 avril 2026
le 27 octobre 2026

Objectif

- Définir des objectifs de communication et des indicateurs de résultat.
- Définir des actions, choisir les outils à mettre en oeuvre.
- Établir budget et planning.
- Piloter, suivre et évaluer son action.

Public

Responsables et chargés de communication.
Toute personne amenée à diriger un projet de communication.

Programme

Définir clairement son projet de communication

Identifier le contexte et les enjeux du projet,
Trouver la bonne idée de communication,
Qualifier ses cibles et définir les comportements attendus,
Définir des objectifs de communication concrets, mesurables et identifiables,
Déterminer ses indicateurs de résultat,
Choisir les modalités d'évaluation.

Concevoir le projet de communication et élaborer son plan d'action

Choisir les moyens de communication à mettre en oeuvre,
Définir le ton, le style de son action conformément à l'image voulue de l'entreprise,
Concevoir et formaliser les messages clés à diffuser,
Budgéter son action : coût et temps passé,
Établir son planning,
Répartir les rôles et les fonctions des différents acteurs,
Pilotage et réalisation,
Élaborer le plan d'action.

Réaliser ou faire réaliser l'action

Rédiger un cahier des charges pertinent et précis,
Recruter ses prestataires et organiser la consultation,
Conduire un brief d'agence,
Évaluer objectivement les propositions et sélectionner la meilleure,
Piloter et suivre la réalisation de son projet,
Évaluer les résultats de son projet.

du 21 au 24 avril 2026
du 24 au 27 novembre 2026

1 jour
soit 7 heures

400 € HT
soit
480 € TTC

1 jour
soit 7 heures

400 € HT
soit
480 € TTC

5 jours
soit 35 heures

2000 € HT
soit
2400 € TTC

Objectif

Comprendre les principes de génération visuelle par IA, Maîtriser Midjourney, SORA et FOOOCUS AI pour créer images et vidéos, Optimiser la rédaction de prompts et l’usage des paramètres avancés, Intégrer ces productions dans une communication print et digitale.

Public

Graphistes, communicants, créateurs de contenus, marke-teurs et étudiants en design souhaitant produire rapidement des visuels et vidéos professionnels avec des outils d’IA générative.

Programme

Débuter avec Midjourney, SORA et FOOOCUS AI
Présentation des trois plateformes : usages, forces et limites, Discord pour Midjourney, interface SORA et interface simplifiée de FOOOCUS, Paramétrage initial, modèles disponibles, import/export des fichiers, Premières images avec Midjourney et FOOOCUS, première vidéo avec SORA.

Maîtriser les fondamentaux de la création IA
Structure d’un prompt efficace pour image et vidéo, Styles visuels, lumières, cadrages, textures et cohérence graphique, Utilisation des images sources : upload dans Midjourney, inpaint/outpaint avec FOOOCUS, Premiers scénarios vidéo simples avec SORA à partir de prompts.

Techniques avancées Midjourney, SORA & FOOOCUS AI

Midjourney : paramètres avancés (Seed, Ratio, Niji, Stylize...), FOOOCUS : contrôle précis, retouches IA, photoréalisme, correction des visages, Création cohérente entre images : variations, multi-prompts et séries visuelles, SORA : montage complet avec séquences générées + assets importés.

Workflow complet pour la création de contenus
Combiner FOOOCUS pour les corrections + Midjourney pour la création + SORA pour la narration vidéo,

Optimisation pour réseaux sociaux, sites web et supports print, Gestion de projets : cohérence graphique, branding, for-mats, exports, Production finale d’un projet pro mêlant images + vidéo prêt à la diffusion.

Résultat attendu :

Les participants seront capables de créer des images et vidéos IA de qualité professionnelle, maîtriser un workflow numérique complet, intégrer des outils d’IA dans leurs projets de communication et produire des contenus adaptés au print et au digital.

du 8 au 10 décembre 2025
du 10 au 12 février 2026
du 14 au 17 décembre 2026

2000 € HT
soit
2400 € TTC

4 jours
soit 28 heures

Objectif

Comprendre ChatGPT, rédiger et optimiser des prompts, automatiser des tâches, créer un assistant numérique, détec-ter erreurs et améliorer la prise de décision en entreprise.

Public

Professionnels, communicants et managers souhaitant exploiter ChatGPT pour automatiser, optimiser et créer du contenu digital, améliorer la productivité et faciliter la prise de décision.

Programme

Jour 1 : Comprendre ChatGPT, fondamentaux et sémantique
Objectif : *Comprendre comment ChatGPT fonctionne et comment interagir efficacement.*

- Introduction à l’IA conversationnelle et ChatGPT,
- Comprendre la sémantique et le fonctionnement du langage génératif
- Exemples concrets : ce que ChatGPT peut faire et ses limites,
- Travaux pratiques : analyser des prompts et résultats, identifier les biais ou erreurs.

Jour 2 : Rédiger et structurer ses prompts
Objectif : *Savoir créer des instructions claires et exploitables.*

- Rédiger un prompt efficace : formulation, contexte, consignes précises,
- Fractionner les demandes pour obtenir des résultats plus précis,
- Étude de cas : prompts pour communication, marketing digital et production de contenus,
- Exercices pratiques : réécriture et optimisation de prompts, comparaison de réponses.

Jour 3 : Automatiser et adapter ChatGPT
Objectif : *Utiliser ChatGPT dans un environnement professionnel et automatiser certaines tâches.*

- Adapter ChatGPT à l’environnement d’une entreprise (CRM, gestion de projets, communication interne),
- Automatiser des tâches répétitives : génération d’e-mails, publi-cations, rapports simples,
- Créer un assistant numérique personnalisé pour la communi-cation ou la veille,
- Travaux pratiques : scénarios d’automatisation et intégration dans workflow.

Jour 4 : Optimiser, détecter et décider
Objectif : *Exploiter ChatGPT de manière stratégique tout en limi-tant les erreurs.*

- Faciliter les prises de décision grâce à l’IA : synthèse, comparaison, recommandations,
- Détecter et corriger les erreurs ou incohérences générées par l’IA,
- Bonnes pratiques de supervision et validation des contenus,
- Exercices pratiques : mise en situation réelle, création d’un assis-tant digital complet.

Méthodologie : alternance d’apports théoriques, démonstrations live, ateliers pratiques et études de cas concrets pour l’entreprise et la communication digitale.

du 26 au 29 mai 2026
du 7 au 10 décembre 2026

2000 € HT
soit
2400 € TTC

4 jours
soit 28 heures

WEB DESIGN



LE PACK WEB DESIGN REGROUPE
L'ENSEMBLE DES MODULES
WEB DESIGN / DIGITAL MARKETING
DE LA FORMATION DE 1 176 HEURES DE
DESIGNER GRAPHIQUE PRINT/WEB.

Objectifs

Créer, mettre en ligne et gérer du contenu web approfondi,
Concevoir et réaliser des interfaces web utilisables
par les webmasters,
Apprendre les bases des langages HTML et CSS,
Créer un site web,
Créer un site E-commerce,
Maîtriser le référencement,
Apprendre la prise de vue et le montage vidéo,
Apprendre le Motion Design,
Développer des outils et des stratégies de
communication en ligne,
Maîtriser les fondamentaux d'une campagne digitale ainsi
que les us et coutumes du web.

Public

Tout public ayant des bases informatiques,
Graphistes souhaitant évoluer vers la production web,
Chargés de communication.

Programme

Introduction au web design back end UI/UX,
HTML-CSS,
Responsive Web Design,
Wordpress, concevoir, mettre en ligne et gérer un site web,
Woocommerce, savoir réaliser un site e-commerce,
SEO, comprendre le référencement,
Réaliser sa Newsletter,
Email marketing,
Digital marketing,
Adobe Première,
Adobe After Effects,
Réaliser une vidéo pour le web et les réseaux sociaux,
Piloter un projet de communication,
Évaluations intermédiaires.

*Voir le détail des formations dans les pages suivantes
«Formations modularisées».*

du 26 août 2024 au 28 janvier 2025
du 3 février au 27 novembre 2025
du 2 janvier au 9 juillet 2026

TARIFS : NOUS CONTACTER

Contactez-nous au **03 53 57 02 99**
ou par mail : **b@formagraph.com**
pour plus de renseignements
quant aux possibilités de financements.

Le PACK WEB DESIGN de 637 heures

Pack web complet
91 jours
soit 637 heures

Les FORMATIONS MODULARISÉES

Nos formations **Web design et Digital marketing modularisées** sont particulièrement adaptées aux entreprises et aux collectivités qui souhaitent voir leurs salariés **monter en compétences**, mais également à toutes les personnes qui désirent **évoluer vers la production web et la communication digitale**.

RETROUVEZ, DANS LES PAGES QUI SUIVENT, L'ENSEMBLE DES MODULES WEB DÉTAILLÉS.

INTRODUCTION UI/UX DESIGN

Objectif

Acquérir les bases du design UI/UX et maîtriser Adobe XD pour concevoir des interfaces intuitives et interactives en collaboration avec les développeurs.

Public

Créatifs, graphistes, web designers et toutes les personnes qui souhaitent structurer et optimiser leurs processus de conception numérique.

Programme

Introduction à l'UI/UX et découverte d'Adobe XD
Comprendre les bases de l'UX/UI,
Les bonnes pratiques UX : ergonomie, accessibilité, navigation intuitive,
Présentation d'Adobe XD : interface, outils de base,
Création d'un premier projet simple, mise en page basique.

Wireframes et structuration du design
Pourquoi faire un wireframe ?
Rôle, avantages et types (basse/haute fidélité),
Utiliser les grilles et guides pour structurer son design,
Les composants réutilisables pour standardiser les interfaces,
Exercice pratique : réalisation d'un wireframe interactif pour une application mobile.

Développer un design visuel attractif et cohérent.
Hiérarchie visuelle et théorie des couleurs appliquées au design UI,
Choisir et intégrer une typographie,
Création et gestion des composants et styles globaux,
Exercice pratique : transformation d'un wireframe en une maquette haute fidélité.

Animer et tester une interface interactive.
Présentation du mode Prototype,
Animations et micro-interactions pour améliorer l'expérience utilisateur,
Simuler un parcours utilisateur et tester la navigation,
Exercice pratique : prototypage d'une page web interactive avec transitions fluides.

Tests, collaboration et export pour le développement
Tester et itérer : retours utilisateurs et ajustements du design,
Préparer le projet pour les développeurs : exportation des assets et spécifications techniques,
Partage et collaboration.

du 16 au 27 février 2026
du 7 au 18 septembre 2026

**10 jours
soit 70 heures**
**3 050 € HT
soit
3 660 € TTC**

HTML-CSS Initiation

Objectif

Apprendre les bases des langages HTML et CSS pour la création ou la modification de pages web, ainsi que la mise à jour avancée de contenus dans les CMS.

Public

Tout public.

Programme

HTML
Structure de base d'un document HTML,
Les balises de titre,
Les balises de paragraphes,
Les liens hypertextes,
Les images,
Les listes,
Les tables,
Les formulaires,
Attributs globaux.

Notions de base en CSS
Sélecteurs CSS,
Propriétés et valeurs,
Couleurs,
Polices de caractères,
Taille des polices,
Textes gras et italique,
Alignement de texte,
Marges internes et externes,
Bordures,
Dimensions (width et height),
Positionnement (static, relative, absolute, fixed),
Flottement des éléments,
Flexbox,
Grid Layout,
Backgrounds,
Transitions et animations,
Media queries.

Cas pratique
Structurer une page avec HTML comprenant un titre, des paragraphes, une image et un formulaire,
Ajouter des styles personnalisés pour les titres, les paragraphes, les images et les boutons du formulaire.

du 2 au 6 février 2026
du 24 au 28 août 2026

**5 jours
soit 35 heures**
**475 € HT
soit
570 € TTC**

HTML-CSS Perfectionnement RESPONSIVE WEB DESIGN	WORDPRESS	SEO STRATÉGIE DE RÉFÉRENCEMENT NATUREL
<p>Objectif</p> <p>Approfondissement de toutes les notions abordées dans la session initiation avec des mises en pratique plus complexes, mêlant HTML, CSS et JS (Javascript).</p> <p>Public</p> <p>Connaissances préalables de HTML et CSS.</p> <p>Pré-requis</p> <p>Avoir suivi la session <i>HTML-CSS initiation</i> ou passer avec succès un test QCM de 30 questions.</p> <p>Programme</p> <p>HTML-CSS-JS pour le responsive design</p> <p>HTML sémantique avancé, Optimisation des images pour le responsive, Formulaires interactifs, CSS Flexbox avancé, CSS Grid Layout avancé, Media Queries avancées, Unités CSS responsives, Typographie fluide, Animations CSS avancées, Gestion des z-index et empiement, Performance CSS, optimisation des feuilles de styles, JavaScript pour le responsive, Intersection Observer API, Gestion des événements DOM en JavaScript, Local Storage et Cookies, Lazy Loading avec JavaScript, Responsive avec Frameworks CSS, Accessibilité web (a11y).</p> <p>Cas pratique</p> <p>Mise en place d’une page responsive complète : Créer une page web en utilisant HTML, CSS Grid, et JavaScript pour gérer les ajustements en temps réel avec des media queries et des événements JavaScript. Optimisation des performances et accessibilité : Utiliser le lazy loading pour les images, optimiser les temps de chargement, et rendre la page accessible avec des techniques CSS et JavaScript.</p> <p>du 9 au 13 février 2026 du 31 août au 4 septembre 2026</p>	<p>Objectif</p> <p>WordPress est un système accessible, flexible et puissant de gestion de contenu permettant de concevoir et de gérer facilement un site Internet.</p> <p>Public</p> <p>Personnes souhaitant créer un site Web et en assurer la diffusion et la mise à jour de son contenu.</p> <p>Programme</p> <p>Découvrir WordPress</p> <p>Qu’est-ce que Wordpress ? ; WordPress pour tous les sites ; Exemple de site web réalisé avec WordPress.</p> <p>Installation</p> <p>Principe de fonctionnement ; Qu’est ce qu’une base de données et un serveur web ; Installer un serveur en local sur sa machine ; Installation de WordPress et prise en main.</p> <p>Gestion de contenu WordPress</p> <p>Gestion du contenu ; article, catégories, pages et contenus personnalisés ; Publication des contenus ; Gestion des médias ; Gestion des comptes utilisateurs ; Gestion des menus ; Gestion des commentaires.</p> <p>Gestion des fonctionnalités</p> <p>Installer un thème WordPress ; Gestion des extensions ; Gestion des widgets.</p> <p>Framework de thème</p> <p>Construire son thème avec Genesis.</p> <p>Mise en ligne</p> <p>Nom de domaine et hébergement ; Transfert FTP ; Transfert de la base de données.</p> <p>Évaluation et bilan de la formation</p> <p>du 2 au 18 mars 2026 du 21 septembre au 2 octobre 2026</p>	<p>Objectif</p> <p>Comprendre le SEO, analyser les besoins utilisateurs, structurer un site efficacement, rédiger des contenus optimisés et améliorer la visibilité digitale sur Google.</p> <p>Public</p> <p>Graphistes, communicants, marketeurs, créateurs de contenu, professionnels souhaitant maîtriser le SEO.</p> <p>Programme</p> <p>1. COMPRENDRE LE SEO</p> <p>Objectif : <i>Assimiler les fondamentaux du référencement naturel et la logique de visibilité d’un site sur Google.</i></p> <p>Pourquoi faire du SEO ?</p> <p>Comprendre le rôle du SEO dans une stratégie digitale moderne, Différences SEO / SEA / SMO, Comment Google analyse et classe les pages, Impact du SEO sur la visibilité, le trafic et les conversions, Présentation des types de requêtes (informations / achat / navigation).</p> <p>Persona & comportements de recherche</p> <p>Définir la ou les cibles : attentes, freins, motivation à l’achat, Comprendre comment fonctionne la “barre Google” (intentions de recherche), Méthodes pour découvrir les besoins utilisateurs (Google Suggest, People Also Ask, etc.), Rassembler les requêtes utiles et les classer par intention, Faire émerger les mots-clés informatifs vs. transactionnels, Résultat attendu : une base stratégique solide pour construire un référencement aligné sur les besoins réels du client.</p> <p>2. UTILISER LE SEO POUR STRUCTURER SON SITE</p> <p>Objectif : <i>Savoir organiser ses pages pour guider Google et l'utilisateur.</i></p> <p>Construire un cocon sémantique</p> <p>Logique du SEO sémantique : lier les sujets entre eux, Hiérarchies thématiques et arborescences performantes, Exemples concrets de cocons sur des sites existants.</p> <p>Entonnoir sémantique & pages piliers</p> <p>Structurer le parcours utilisateur de l’information vers l’action, Identifier les pages piliers et leurs pages secondaires,</p> <p>Assurer la cohérence entre contenu éditorial et objectifs business.</p> <p>Mind mapping & structure du site</p> <p>Création d’une carte mentale des contenus, Architecture optimale : profondeur des pages, menus, URLs Priorisation des pages pour générer du trafic qualifié.</p> <p>Résultat attendu : une structuration claire du site, prête à être utilisée en rédaction SEO.</p> <p>3. RÉDIGER POUR ÊTRE (VRAIMENT) RÉFÉRENCÉ</p> <p>Objectif : <i>Générer du contenu visible, attractif et cohérent avec Google.</i></p> <p>Mots-clés & rédaction Web</p> <p>Placer les bons mots-clés aux bons endroits, Méthode pour rédiger une page optimisée (Hn, balises Title, Meta), Écrire pour Google ET pour l’humain, Rédaction SEO pour blogs et guides experts, Techniques d’enrichissement sémantique.</p> <p>Autorité du site & protections avancées</p> <p>Maillage interne : organiser les liens pour booster les pages clés, Cannibalisation : l’éviter, la détecter, la corriger, Backlinks & Netlinking : obtenir des liens de qualité, Negative SEO : se prémunir contre les attaques concurrentielles, Suivi et mesure des performances (Search Console / Analytics).</p> <p>Résultat attendu : des textes optimisés, intégrés dans un site performant techniquement et stratégique marketing clair.</p> <p>Livrables pédagogiques</p> <p>> Un persona marketing complet > Une liste de mots-clés stratégiques > Un mindmap de l’arborescence SEO > Plusieurs pages ou articles optimisés SEO > Un plan d’actions SEO opérationnel</p> <p>du 1^{er} au 5 avril 2026 du 8 au 12 octobre 2026</p>
<div> <div>5 jours soit 35 heures</div> <div>1600 € HT soit 1920 € TTC</div> <div>ÉLIGIBLE CPF</div> </div>	<div> <div>10 jours soit 70 heures</div> <div>3000 € HT soit 3600 € TTC</div> <div>ÉLIGIBLE CPF</div> </div>	<div> <div>5 jours soit 14 heures</div> <div>950 € HT soit 1140 € TTC</div> <div>ÉLIGIBLE CPF</div> </div>
44 FORMAGRAPH DESIGN		FORMAGRAPH 45 DESIGN

Objectif

Créer une newsletter diffusée par e-mail, maîtriser le processus d'envoi et en assurer le suivi.

Public

Responsable et chargé(e) de communication, responsable Internet/Intranet, web manager... toute personne ayant besoin de créer des newsletters ayant des bases en Photoshop ou Illustrator et de notions de HTML.

Programme

Introduction aux newsletters

Newsletter vs emailing;
Législation et déontologie;
Langages utilisés pour les newsletters;
Principaux outils de conception, envoi et suivi.

Concevoir et réaliser une newsletter

Les messages clés à communiquer;
Structurer le contenu de la lettre;
Concevoir la maquette;
Définir la charte graphique.

Ajouter des contenus et de l'interactivité

Mettre en valeur le texte;
Utiliser les médias;
Ajouter des liens interactifs.

Processus d'envois des newsletters

Envoi simple avec Internet Explorer et Outlook;
Envoi massif avec MaxBulk Mailer;
Campagnes d'emailing avec SendBlaster.

Suivi et analyse de performances

Analyser la performance d'un emailing;
Étude d'un composant d'emailing sous un CMS.

Études de cas de Newsletters

Évaluation et bilan de la formation

le 29 avril 2026
le 26 octobre 2026

Objectif

Utiliser la Newsletter comme un véritable outil marketing, en déterminant des objectifs préalables, en appréhendant les formats d e mises en pages, en gérant les fichiers de destinataires et les suivis statistiques, et en évitant les filtres anti-spams.

Public

Chefs de projets, chargé(e)s de communication, responsables de communication et/ou marketing.

Programme

Comprendre ce qu'est une newsletter

Chiffres et perspectives;
La newsletter en 4 phases.

Phase de réflexion

Comprendre l'environnement général des supports;
Objectif délivrabilité et CTA (Call To Action).

Phase de conception

Notions de prototypage;
Notions de charte graphique;
Où trouver des idées graphiques ? Quels outils utiliser ?

Gestion des utilisateurs

La collecte de données utilisateurs;
Notions légales;
Importations de fichiers;
Qualifications et segmentations des bases de données.

Processus d'envois et suivis des campagnes

Connaître les usages et possibilités des services d'envois;
L'envoi par logiciels : un exemple avec AcyMailing;
Possibilités de tracking.

Découverte d'outils de gestion complète de newsletters

Découverte de Sarbacane Desktop;
Découverte de MailChimp.

Conclusion

Qu'est-ce qu'une campagne réussie ?

le 30 avril 2026
le 27 octobre 2026

Objectif

Etre capable d'écrire et de réaliser un film court, en vue d'une diffusion sur le web et plus particulièrement sur les réseaux sociaux.

Public

Responsables et chargé(é)s de communication, graphistes, chefs de projets.
Prérequis : Connaître les fonctions de base d'Adobe Première ou Première Rush.

Programme

Pré-production et conception

Choisir un sujet pertinent et aligné avec la cible,
Cibler le public et définir les besoins et attentes,
Rédiger une note d'intention pour clarifier les objectifs créatifs,
Élaborer un cahier des charges : budget, durée, contraintes techniques et artistiques,
Structurer la narration à travers le storytelling et planifier l'enchaînement des idées.

Storyboarding et préparation visuelle

Concevoir un storyboard pour visualiser chaque plan et chaque séquence,
Définir les plans, angles de caméra et mouvements pour renforcer le récit,
Préparer la chaîne de production numérique (workflow) : caméra, appareil photo ou smartphone, logiciels de montage, matériel audio,
Vérifier la compatibilité des formats entre les différents outils,

Tournage et recherche iconographique

Capturer l'image : cadrage, lumière et composition,
Capter les sons d'ambiance et enregistrer une voix off,
Rechercher et sélectionner du matériel visuel et audio préexistant,
Sensibilisation aux droits d'auteur et à l'utilisation légale des contenus,

4. Montage et post-production

Assembler les différents matériaux audiovisuels selon le storyboard,
Intégrer les éléments typographiques et graphiques,
Mixer les sons : ambiance, musique, voix off,
Finaliser l'exportation en choisissant les formats adaptés à la diffusion web.

du 20 au 24 avril 2026
du 16 au 20 novembre 2026

Objectif

Apprendre à effectuer des montages vidéo avec **Adobe Première** et les diffuser dans les principaux formats en vigueur

Public

Graphistes ou futurs graphistes, chargés de communication, responsables marketing, chefs de projet.
Graphistes souhaitant s'orienter vers le montage vidéo et/ou multimédia.

Programme

Introduction au montage vidéo

Introduction à la vidéo
Histoire du montage vidéo
La diffusion TV
Notions théoriques de montage vidéo
Présentation du logiciel Adobe Premiere
Les formats vidéo
L'encodage
Notion de séquence
Notion de plan
Notion de raccord

Prise en main du logiciel Adobe Premiere

Découverte de l'interface
Le gestionnaire de projets
La fenêtre montage
Les effets
Les transitions
La palette d'outils
La gestion du son
Les outils de titrage
Mise en pratique
Réalisation d'un clip pas à pas
Exportation du montage vidéo
Diffusion dans les principaux formats en vigueur

Question/réponses

Évaluation et bilan de la formation

du 30 au 31 mars 2026 - **initiation**
du 27 au 28 avril 2026 - **perfectionnement**
du 28 au 29 octobre 2026 - **initiation**
du 9 au 10 novembre 2026 - **perfectionnement**

1 jour
soit 7 heures

400 € HT
soit
480 € TTC

1 jour
soit 7 heures

400 € HT
soit
480 € TTC

5 jours
soit 35 heures

1600 € HT
soit
1920 € TTC
**ÉLIGIBLE
CPF**

4 jours
(2 jours d'initiation
et 2 jours de perfectionnement)
soit 28 heures

1680 € HT
soit
2016 € TTC
**ÉLIGIBLE
CPF**

Objectif

Maîtriser les principales fonctionnalités d’After Effects - savoir créer et manipuler des compositions pour réaliser des animations destinées au web ou à la vidéo – Appréhender la transversalité avec les autres produits de la suite Adobe : Photoshop, Illustrator et Premiere Pro.

Public

Graphistes et webmasters, chargés de communication, photographes et toute personne souhaitant réaliser et mettre en ligne du contenu vidéo et utiliser toutes les fonctionnalités d’After Effects.

Programme

Comprendre les principes de l’animation et du compositing 2D
Définir les grandes étapes d’une animation réalisée avec After Effects ;
Se repérer dans l’interface : les menus, les outils, les palettes, la fenêtre de prévisualisation... ;
Appréhender les bases de l’animation.

Configurer le projet pour une diffusion polyvalente
Importer les médias ;
Gérer les images-clés pour animer les calques ;
Synchroniser les animations avec le son.

Optimiser les projets et le flux de production
Personnaliser l’espace de travail ;
Comprendre et expérimenter le bon usage des précompositions ;
Optimiser les prévisualisations.

Utiliser les calques d’effets
Utiliser et animer les styles de calques hérités de Photoshop ;
S’initier au motion design.

Créer des animations de texte élaborées
Gérer des transitions dynamiques ;
Contrôler la stabilisation et le tracking de vidéos ;
Identifier les besoins et choisir la technique appropriée pour gérer les couches alpha.

Créer et animer les masques vectoriels
Contrôler les modes de transfert et les modes de fusion ;
Exploiter les caches en alpha et en luminance ;
Incruster les titres sur une image vidéo ;
Contrôler les effets de vitesse.

Optimiser et archiver les projets et les métrages
Perfectionner les rendus et les compressions ;
Choisir les formats d’exportation vidéo pour un usage broadcast, pour le Web et pour les terminaux mobiles.

Évaluation et bilan de la formation

du 7 au 9 avril 2026 - **initiation**
du 4 au 6 mai 2026 - **perfectionnement**
du 2 au 4 novembre 2026 - **initiation**
du 23 au 25 novembre 2026 - **perfectionnement**

2520 € HT
soit
3024 € TTC

ÉLIGIBLE
CPF

6 jours
(3 jours d’initiation
et 3 jours de perfectionnement)

soit 42 heures

Objectif

Apprendre à créer et optimiser des campagnes Google Ads, comprendre les bases du SEA, analyser les performances, maîtriser le ciblage et maximiser le retour sur investissement des annonces.

Public

Graphistes, webdesigners, chargés de communication.

Programme

Comprendre Google Ads
Initiation au Marketing de la Performance ;
Principes du Search Marketing ;
Référencement ;
Avantages/inconvénients Adwords ;
Glossaire et ratios en campagne.

Google Ads
Assimiler principes, composantes, fonctionnement audience, réseaux (recherche, display), annonces Adwords, Interface, gestion campagnes, outils (générateur mots clés, Google).

Utiliser les liens sponsorisés
Interface Google Adwords ;
Réseaux et formats publicitaires (Google Adwords/Adsense, Bing) ;
Campagnes universelles (desktop, mobile, tablettes) ;
Mode de fonctionnement (enchères, Quality Score Google).

Définir sa stratégie de campagne
Objectifs (vente, trafic) ;
Plan media publicitaire ;
Période de diffusion et ciblage ;
Complémentarité référencement naturel.

Créer campagnes Display et Retargeting
Principes et intérêts ;
Campagnes sur Youtube ;
Display, remarketing, optimisations Google Ads ;
Optimiser ses mots clés ;
annonces, saisonnalité.

ROI et suivi des conversions
Statistiques, Google Analytics ;
Nouveaux supports (réseau display, Google Maps et Adresses, Adwords mobile).

du 18 au 20 mars 2026
du 7 au 8 juillet 2026

2 jours
soit 14 heures

950 € HT
soit
1140 € TTC

Objectif

Créer et gérer un site e-commerce . Créer un catalogue produits cohérent et exploiter les outils marketing des logiciels e-commerce

Public

webmestres et graphistes maîtrisant HTML et CSS, amenés à créer et exploiter un site de vente.

Programme

Installer un logiciel e-commerce
Définir l’hébergement ;
Configurer l’installation ;
Personnaliser l’aspect visuel.

Comprendre l’interface du back office ;
Découvrir le tableau de bord et son interface modulable ;
Configurer les indicateurs ;
Gérer son menu.

Gérer les préférences ;
Configurer les commandes ;
Gérer les produits, les clients et les images ;
Gérer l’administration.

Définir la structure
S’initier à la création d’un catalogue produits ;
Gérer les catégories et leur emboîtement.

Définir un environnement commercial ;
Gérer les fournisseurs ;
Définir les valeurs, les données produit et les caractéristiques ;
Afficher les prix ;
Insérer des images ;
Apprendre à gérer le stock.

Découvrir les outils de mise en avant ;
Aborder la dynamisation des ventes ;
Afficher les produits phare ;
Gérer la bannière ;
Ajouter des promotions.

Faciliter le parcours utilisateur
Définir le parcours d’achat ;
Gérer les commandes et la relation client ;
Configurer la base de données client.

du 23 au 25 mars 2026
du 5 au 7 octobre 2026

1260 € HT
soit
1512 € TTC

ÉLIGIBLE
CPF

3 jours
soit 21 heures

Objectif
Maîtriser les réseaux sociaux, analyser les besoins clients, créer des contenus engageants, exploiter l’IA pour l’idéation et optimiser visibilité, impact et conversion des campagnes digitales.

Programme
1. Comprendre les usages et coutumes du net
Objectif : Identifier les comportements des internautes et les tendances digitales pour concevoir des stratégies pertinentes.

Panorama des pratiques actuelles sur le web et les réseaux sociaux,
Typologies d’utilisateurs : passifs, interactifs, prescripteurs,
Temps de lecture, formats préférés et engagement sur chaque plateforme,
Observation des comportements d’achat et des interactions sociales,
Analyse des tendances virales et opportunités de contenu pour les marques.

2. Réseaux sociaux : principes et typologie des messages
Objectif : Savoir choisir les plateformes et adapter les messages à chaque canal.

Pourquoi publier et comment planifier ses publications,
Différents types de contenus : informatif, promotionnel, storytelling, engageant,
Formats et visuels adaptés à chaque réseau,
Analyse de la portée, engagement et conversion selon le réseau,
Gestion de la cohérence éditoriale entre print et digital.

3. LinkedIn, stratégie et visibilité professionnelle
Objectif : Exploiter LinkedIn comme outil de notoriété, de networking et de génération de leads.

Optimisation du profil personnel et de la page entreprise

Définition de la stratégie de publication : fréquence, types de posts, hashtags,
Création de contenus engageants : articles, posts courts, vidéos,
Analyse des indicateurs de performance (reach, interactions, leads générés),
Utilisation d’outils de planification et d’automatisation.

TikTok et TikTok Manager, contenus viraux et ciblage
Objectif : Créer des contenus attractifs et mesurer leur impact pour toucher de nouvelles audiences.

Comprendre l’algorithme TikTok et le fonctionnement des tendances,
Types de contenus performants : challenges, tutoriels, storytelling visuel,

Paramétrage et utilisation de TikTok Manager pour le ciblage et la publicité,
Planification et optimisation des campagnes sponsorisées,
Mesure des résultats et adaptation de la stratégie.

5. Autres réseaux sociaux : WhatsApp, WhatsApp Business, Telegram, Instagram, Facebook
Objectif : Exploiter l’ensemble des réseaux secondaires pour fidéliser et générer du trafic.

Création de groupes, listes et newsletters ciblées,
Stratégies de contenu spécifiques à chaque canal,
Gestion de la conversation et relation client via messageries,
Utilisation des stories, reels et posts sponsorisés,
Suivi et mesure de l’engagement.s

6. Analyse des besoins client et personas
Objectif : Adapter le discours et les supports en fonction des cibles.

Création et segmentation des personas,
Étude des besoins, comportements et attentes des clients,
Construction d’un schéma lexical adapté à chaque cible,
Ajustement du ton, du style visuel et du type de contenu,
Définition de parcours utilisateurs et entonnoirs marketing.

7. Optimisation du contenu, IA et impact commercial
Objectif : Générer des contenus engageants, cohérents et efficaces pour susciter l’achat et optimiser la visibilité.

Production éditoriale de qualité : textes, visuels et vidéos,
Utilisation de l’IA pour l’idéation, rédaction, hashtags et légendes,
Techniques pour prolonger la durée de vie des contenus existants,
Stratégies pour améliorer le référencement social et la visibilité organique,
Création de contenu qui génère le besoin et encourage la conversion.

Résultat attendu :
Les participants maîtrisent les réseaux sociaux principaux et secondaires, créent des contenus adaptés à leurs cibles, exploitent l’IA pour produire efficacement et augmentent la visibilité et l’impact commercial de leurs campagnes.

du 30 mars au 3 avril 2026
du 12 au 16 octobre 2026

2000 € HT
soit
2400 € TTC

5 jours
soit 35 heures

Objectif
- Définir des objectifs de communication et des indicateurs de résultat.
- Définir des actions, choisir les outils à mettre en oeuvre.
- Établir budget et planning.
- Piloter, suivre et évaluer son action.

Public
Responsables et chargés de communication.
Toute personne amenée à diriger un projet de communication.

Programme
Définir clairement son projet de communication
Identifier le contexte et les enjeux du projet,
Trouver la bonne idée de communication,
Qualifier ses cibles et définir les comportements attendus,
Définir des objectifs de communication concrets, mesurables et identifiables,
Déterminer ses indicateurs de résultat,
Choisir les modalités d’évaluation.

Concevoir le projet de communication et élaborer son plan d’action
Choisir les moyens de communication à mettre en oeuvre,
Définir le ton, le style de son action conformément à l’image voulue de l’entreprise,
Concevoir et formaliser les messages clés à diffuser,
Budgéter son action : coût et temps passé,
Établir son planning,
Répartir les rôles et les fonctions des différents acteurs,
Pilotage et réalisation,
Élaborer le plan d’action.

Réaliser ou faire réaliser l’action
Rédiger un cahier des charges pertinent et précis,
Recruter ses prestataires et organiser la consultation,
Conduire un brief d’agence,
Évaluer objectivement les propositions et sélectionner la meilleure,
Piloter et suivre la réalisation de son projet,
Évaluer les résultats de son projet.

du 21 au 24 avril 2026
du 24 au 27 novembre 2026

2000 € HT
soit
2400 € TTC

5 jours
soit 35 heures



Objectif

Savoir interpréter le brief-client et l’orienter de manière à optimiser le lancement d’un projet.
Mettre en place une stratégie média adaptée pour une campagne publicitaire.

Objectif

Tout public, graphistes, directeurs artistiques, chefs de projet...

Programme

LE BRIEF-CLIENT

Qu’est ce qu’un BRIEF-CLIENT

Savoir l’interpréter et l’orienter pour lancer le projet dans les meilleures conditions.

- Création d’un brief créatif ?
- Pourquoi est-il si important ?
- Analyses de vos Attentes VS Attentes Client ;

Les 6 points clés pour réussir son brief client

- Le contexte
- Les objectifs
- La méthodologie pressentie
- Les livrables attendus
- Le planning
- Le budget (facultatif mais qui a son importance)

le 6 mai 2025
le 24 novembre 2025
le 20 avril 2026
le 23 novembre 2026



1 jour
soit 7 heures

475 € HT
soit
570 € TTC

AFFINITY

Affinity Publisher

Affinity Photo

Affinity Designer



AFFINITY est une alternative fiable et économique à la suite Adobe.
De plus en plus de graphistes et d’illustrateurs l’utilisent.
AFFINITY, ce sont trois logiciels au total :

- 1. AFFINITY Publisher pour la mise en page,**
- 2. AFFINITY Photo pour le travail sur les photos,**
- 3. AFFINITY Designer pour la composition graphique.**

Tous sont disponibles avec des fonctionnalités identiques sur les systèmes Windows et Macintosh.



AFFINITY PUBLISHER Initiation	AFFINITY PUBLISHER Perfectionnement	AFFINITY DESIGNER Initiation	AFFINITY DESIGNER Perfectionnement
<p>Objectif</p> <p>Cr��rer des documents simples mêlant texte, photos et illustrations vectorielles.</p> <p>Public</p> <p>Maquettistes, graphistes</p> <p>Programme</p> <p>L’interface</p> <p>Outils</p> <p>Menus contextuels</p> <p>Palettes</p> <p>Importer du texte</p> <p>Zone de texte</p> <p>Outil texte artistique</p> <p>Attributs de bloc texte</p> <p>Attributs de paragraphe</p> <p>Attributs de texte</p> <p>Chainage des blocs</p> <p>Les images</p> <p>Insérer une image</p> <p>Bloc image</p> <p>Gestionnaire de ressources</p> <p>Images liées / imbriquées</p> <p>Habillage</p> <p>Les objets vectoriels</p> <p>Formes prédéfinies</p> <p>Outil Plume</p> <p>Attributs d’objet</p> <p>Gestion de document</p> <p>Les maquettes</p> <p>Les pages</p> <p>Les sections</p> <p>StudioLink</p> <p>Générer un PDF pour l’impression</p> <p>Options d’impression</p> <p>Dates 2026 à venir</p>	<p>Objectif</p> <p>Cr��rer des documents complexes, documents à partir de base de données, documents PDF avec fonctions avancées.</p> <p>Public</p> <p>Maquettistes, graphistes.</p> <p>Programme</p> <p>Tableaux</p> <p>Attributs</p> <p>Importation Excel</p> <p>Fusion des données</p> <p>Utilisation des bases de données</p> <p>Maquettes intelligentes</p> <p>Proposer des mises en page différentes à partir d’images identiques</p> <p>Importer un document IDML ou PDF</p> <p>Prise en charge des différents éléments</p> <p>Limitations</p> <p>Fusionner des documents</p> <p>Cr��rer un document unique à partir de plusieurs sources</p> <p>Fonctions avancées PDF</p> <p>Liens hypertexte</p> <p>Signets PDF</p> <p>Indexation</p> <p>Table des matières</p> <p>Insérer, mettre à jour et gérer les tables des matières</p> <p>Dates 2026 à venir</p>	<p>Objectif</p> <p>Cr��rer des illustrations, dessins techniques, interfaces, logos au format vectoriel.</p> <p>Public</p> <p>Illustrateurs, graphistes, webdesigners.</p> <p>Programme</p> <p>L’interface</p> <p>Outils, menus contextuels, palettes</p> <p>Les outils de dessin et texte</p> <p>Formes prédéfinies, outil Plume, outil Texte</p> <p>Les attributs d’objet</p> <p>Fond et Contour, dégradés, motifs de remplissage</p> <p>Les outils de modification d’objet</p> <p>Outil Arrondi, outil Décalage, opérations booléennes (A+B, A-B, A inter B, Xor, diviser); outil Transparence</p> <p>Importer des images</p> <p>Images liées ou imbriquées, outil Recadrage, gestionnaire de ressources</p> <p>Manipuler les objets</p> <p>Point 0, Point de centre, boîte englobante, poignées, rotation, mise à l’échelle, symétrie</p> <p>Agencer les objets</p> <p>Magnétisme et guides, fonctions d’alignement et distribution, le gestionnaire d’objets (calques, groupes, hiérarchies, niveaux, masques, insertions)</p> <p>Gestion de document</p> <p>Format de document (RVB ou CMJN), modèles prédéfinis, palette Couleur, palette Echantillons, nuanciers, tons directs et couleurs personnalisées</p> <p>Les effets de calque (fx)</p> <p>Flou gaussien, ombres intérieure et extérieure, lueur interne et externe, Biseau/Estampage, 3D, superpositions de couleur et dégradé</p> <p>Les modes de fusion et chromie</p> <p>Niveaux, TSL, Courbes, Inverser</p> <p>Dates 2026 à venir</p>	<p>Objectif</p> <p>Cr��rer des illustrations mêlant vectoriel et pixel - Illustrations isométriques, utilisation de l’interface Designer Persona et Pixel Persona.</p> <p>Public</p> <p>Illustrateurs, graphistes, webdesigners.</p> <p>Programme</p> <p>Les outils de dessin libre</p> <p>Outils Crayon et Pinceau, palette Pinceaux vectoriels</p> <p>Dessiner en isométrie</p> <p>Gestionnaire de grille et d’axe, palette isométrique</p> <p>Organiser son interface et paramétrer ses réglages personnels</p> <p>Interfaces personnalisées, création de contenu personnalisé, préférences, palette Echantillons, palette Contenus, palette Styles, préréglages formes</p> <p>Créer des contours complexes</p> <p>Palette Apparence</p> <p>Dessiner en symétrie</p> <p>Outil Pinceau - Pixel Persona</p> <p>Créer des formes de pinceaux personnalisés</p> <p>Palette Pinceaux pixels, importer des bibliothèques</p> <p>Plans de travail</p> <p>Organiser ses espaces de travail</p> <p>Palette Symboles</p> <p>Utilité des symboles, synchronisation</p> <p>Le mode Pixel Persona</p> <p>Ce mode inclut des outils de retouche photo : Gomme, densité +/-, doigt, flou / plus net, détourage</p> <p>Le mode Export Persona (uniquement pour le web)</p> <p>Tranche</p> <p>Dates 2026 à venir</p>
<div>54</div> <div>FORMAGRAPH DESIGN</div>	<div>5 jours soit 35 heures</div> <div>1600 Euros</div>	<div>5 jours soit 35 heures</div> <div>1600 Euros</div>	<div>5 jours soit 35 heures</div> <div>1600 Euros</div> <div>FORMAGRAPH DESIGN55</div>

Objectif

Mettre des images au format - Savoir retoucher une image, faire des compositions simples

Public

Maquettistes, graphistes

Programme

L'interface

Outils, menus contextuels, palettes

L'image

Définition d'une image, taille physique / Taille pixel, résolution, profil couleur RVB/CMJN, outil Cadrage, redéfinir la taille d'une image, différence entre calque Image et Pixel, les principaux formats d'image

Les calques colorimétriques essentiels

Niveaux, TSL, recolorer, Noir & Blanc, luminosité / contraste, postériser, exposition, seuil, courbes, correction sélective, inverser

Les filtres dynamiques

Les flous, les distorsions, effets spéciaux, filtres de nettoyage

Le détourage

Outils de sélection, outil Plume, outil Pinceau

La retouche photo

Outil Tampon, outil Correcteur, outil d'Inpainting, outil Densité + / -, créer une composition, les calques, les masques, les modes de fusion, les objets vectoriels, formes prédéfinies, attributs d'objet

Dates 2026 à venir

Objectif

Optimiser ses flux de production - Retouche avancée

Public

Maquettistes, graphistes possédant les bases d'Affinity Photo

Programme

Liquefy Persona

Espace de travail dédié avec desboutils de distorsion spécifiques basés sur le maillage, approche destructive / non destructive

Develop Persona

Espace de travail dédié au développement des images Raw

Tone Mapping Persona

Espace de travail dédié aux retouches colorimétriques, réglages prédéfinis, créer ses propres réglages, fusion HDR

Les retouches colorimétriques avancées

Balance des couleurs, vibrance, tons foncés / Tons clairs, mélangeur de canaux, courbe de transfert et de dégradé, équilibre chromatique, épreuve écran, table de conversion (LUT), importer des réglages, créer ses propres réglages, filtre d'objectif, séparation des tons

Créer une image panoramique

Supprimer des parties d'image à partir d'une pile d'images

Réduire la brume sur une image

Traitement par lots

Macros

Créer une macro, réglages, options et limitations, les banques d'images et liens externes, palette Stock, images liées / intégrées, mise à jour des ressources externes, gestionnaire des ressources, outil Pinceau, charger des pinceaux prédéfinis, créer ses propres pinceaux, paramètres, outil Grille de déformation, Grille perspective, Grille maillage

Dates 2026 à venir

Le parcours Développeur d'applications web et web mobile de Formagraph Design forme des professionnels polyvalents, capables de concevoir et développer des sites et applications sur mesure. Maîtrisant les langages front-end (HTML, CSS, JavaScript) et back-end (PHP, SQL), ces développeurs s'adaptent aux besoins spécifiques des entreprises et collectivités. Formés à la gestion de projets et aux bonnes pratiques UX/UI, ils sont opérationnels dès la sortie de formation. Ce profil tout-terrain permet de répondre efficacement aux enjeux digitaux actuels : création, maintenance et évolution d'outils web performants et sécurisés.

RETROUVEZ, DANS LES PAGES QUI SUIVENT, L'ESSENTIEL DES MODULES DÉVELOPPEMENT WEB DÉTAILLÉS.

DÉVELOPPEMENT D'APPLICATIONS WEB & WEB MOBILE

LES FORMATIONS MODULARISÉES



5 jours
soit 35 heures
1600 Euros

5 jours
soit 35 heures
1600 Euros

Objectif

Savoir interroger une base de données en utilisant des commandes SQL telles que SELECT, FROM et WHERE, Maîtriser les commandes SQL de mise à jour des données, telles que INSERT, UPDATE et DELETE, pour modifier les enregistrements dans une base de données, Connaître les commandes SQL de début et fin de transaction, telles que BEGIN et COMMIT, pour gérer les transactions de manière fiable et cohérente.

Public

Tout public.

Pré-requis

Avoir connaissance de HTML et CSS et maîtriser, a minima, le concept SQL.

Programme

Qu’est-ce qu’une base de données
Créer une base de données Mysql
Initiation à PhpMyAdmin
Les tables
Les types de données
Les clés primaires
Ma première base de données
Les relations entre tables
La modélisation UML
Le langage SQL
Imports et exports SQL sous PhpMyAdmin
Créer, modifier, supprimer une table
Insérer des données - INSERT
Modifier des données - UPDATE
Supprimer des données - DELETE
Rechercher des données – SELECT
Filtrer des données - WHERE
Trier et organiser des données – ORDER/GROUP BY
Les fonctions d’agrégation SQL – SUM/COUNT/AVG etc…
Les fonctions dates
Les jointures en SQL
Les sous-requêtes
Union de requêtes.

du 20 avril 2026 au 30 avril 2026

10 jours
soit 70 heures

3200 € HT
soit
3840 € TTC
ÉLIGIBLE
CPF

Objectif

Permettre de maîtriser la création d’applications web robustes, sécurisées et évolutives en utilisant le framework Symfony, en couvrant les aspects essentiels tels que la gestion des routes, des contrôleurs, des formulaires, des entités, la sécurité et les performances.

Public

Tout public.

Programme

Introduction à Symfony

Qu’est-ce que Symfony ?
Installation de Symfony
Structure d’un projet Symfony
Les concepts de base
Utilisation de la console Symfony

Gestion des routes et des contrôleurs

Définition des routes
Création de contrôleurs
Passage de paramètres
Gestion des requêtes et des réponses
Routes avancées

Utilisation avancée de Twig

Introduction à Twig
Syntaxe de baseInclusion et héritage
Inclusion de templates et héritage de layouts
Contrôle de flux
Gestion des boucles et des conditions dans les templates.
Extensions Twig

Gestion des formulaires

Création de formulaires
Validation des données
Traitement des soumissions de formulaires
Types de champs avancés
Sécurité des formulaires

5 jours
soit 35 heures

1600 € HT
soit
1920 € TTC
ÉLIGIBLE
CPF

Gestion des entités et de la base de données

Introduction aux entités Doctrine
Configuration de la base de données
Manipulation des données
Relations entre entités

Sécurité et performances

Sécurité dans Symfony
Authentification et autorisation
Sécurité avancée
Optimisation des performances
Déploiement et gestion des environnements

du 10 au 24 juin 2026

Objectifs

Développer des pages Web dynamiques en PHP dans un environnement Internet / Intranet, avec une connexion à une base de données.

Public

Tout public maîtrisant l’outil ET la rigueur informatique.

Programme

Qu’est-ce que PHP ?

Présentation du langage de programmation PHP.
Installation et configuration
Syntaxe de base

Programmation orientée objet en PHP

Concepts de base de l’orienté objet
Définition de classes et d’objets
Héritage et interfaces

Manipulation de données avec PHP et MySQL

Connexion à une base de données MySQL
Requêtes SQL en PHP
Traitement des résultats

Gestion des sessions et des cookies

Utilisation des sessions en PHP
Manipulation des cookies
Sécurité des sessions et des cookies

Gestion des fichiers et des formulaires

Manipulation des fichiers en PHP
Traitement des formulaires
Sécurité des fichiers et des formulaires

Utilisation de fonctions de sécurité PHP (htmlspecial-

Manipulation des dates et des heures
Gestion des erreurs et des exceptions
Utilisation des gestionnaires d’erreurs et de l’architecture des exceptions en PHP.
Gestion des erreurs de manière sécurisée et efficace.

Optimisation des performances

Techniques d’optimisation du code PHP (caching, minimisation des requêtes SQL, utilisation de fonctions natives efficaces).
Utilisation de profils de performances pour identifier les zones à améliorer.

du 26 mai 2026 au 9 juin 2026

3250 € HT
soit
4224 € TTC

11 jours
soit 77 heures

Objectif

Maîtriser les bases de JavaScript et savoir l'utiliser pour interagir avec le Document Object Model (DOM),
Savoir gérer les évènements et manipuler dynamiquement les éléments du DOM,
Connaître les règles d'or de la programmation avec JavaScript, y compris la structure du code, la gestion des erreurs et la documentation,
Savoir réaliser des appels synchrones en utilisant JavaScript et utiliser la technique Ajax pour échanger des données avec un serveur,
Savoir exploiter les media queries en JavaScript pour créer une interface responsive, qui s'adapte automatiquement aux différents écrans et appareils.

Public

Tout public.

Pré-requis

Avoir connaissance de HTML et CSS.

Programme

- Qu'est-ce que le Javascript ?
- Structure du code
- Comment exécuter du Javascript ?
- Mon premier fichier JS
- La bibliothèque JQuery
- Les variables
- Les types de données
- Les opérateurs numériques
- Les opérateurs de chaines de caractères
- Les tableaux
- Les conditions
- Les boucles
- Les fonctions
- Modifier le DOM
- Créer des effets
- Comment créer un diaporama
- Les objets et classes (après une initiation

du 10 au 17 juin 2026

6 jours
soit 42 heures

1920 € HT
soit
2304 € TTC
ÉLIGIBLE
CPF



9 A rue Denis Papin
25000 Besançon
03 53 57 02 99
b@formagraph.com
www.formagraph.com

