



L'Agence Tristanah est un organisme de formation enregistré sous le numéro **23 76 04403 76** auprès du Préfet de la région de Haute-Normandie

Public concerné : Cette formation s'adresse aux demandeurs d'emplois et à toutes personnes qui envisagent de se positionner sur un métier nouveau et d'avenir.

Pré-requis

Être utilisateur d'Internet et connaître les bases de l'environnement du web.

Niveau d'entrée : V ou IV
Niveau de sortie : inchangé

Méthode de validation :

Appréciation au résultat

Sanction :

Attestation de formation

Objectifs de cette formation :

- Connaître les principales fonctionnalités et acquisition des bases du maniement du logiciel Photoshop.

Quels sont les bénéfices d'une telle formation ?

- Vous obtenez des compétences nouvelles et d'avenir.
- Vous progressez rapidement dans une nouvelle carrière professionnelle.

Quels sont vos avantages à suivre ce cycle de formation ?

- Vous obtenez une qualification sérieuse pour un métier d'avenir.
- Vous validez vos connaissances grâce à nos ateliers pratiques.
- Vous êtes encadré par des experts.

Moyens pédagogiques :

Nous fournissons à l'ensemble des participants les supports de présentation ainsi que l'ensemble des documents créés pour les études de cas.

Toutes nos formations nécessitent que le stagiaire apporte son propre ordinateur portable la semaine

Durée de la formation : 35 heures

Sur une semaine complète, du lundi au vendredi
Horaire de 9h à 12h et de 13h30 à 17h30

Coût pédagogique :

Inter-entreprise (groupe) :
700 € HT par stagiaire
Taux horaire : 20 € HT

PROGRAMME de la FORMATION « Photoshop »

Photoshop Niveau 1

- Création de document : CMJN/RVB, pixels, formats web
- Découverte des outils
- Calques
- Gestion de couleurs, modifications de colorimétrie
- Retouche légère : nettoyage de photos, enlèvement d'éléments gênants dans une image, gestion de la lumière et des couleurs, ...
- Modes de sélection
- Détourages
- Transformations
- Filtres
- Fluidités
- Outil texte
- Création de bannières animées
- Gestion du texte

Photoshop Niveau 2

- Gestion des masques
- Calques de réglages
- Options de fusion
- Tracés
- Formes vectorielles
- Retouche poussée
- Communication visuelle
- Gestion des scripts

Apprentissage des codes de communication :

Objectifs :

Vendre et argumenter son travail
Aider une marque à se positionner
Construire une identité claire et cohérente
Véhiculer le bon message
Donner le meilleur ton et la meilleure impression visuelle
Donner un côté pro et expert à son travail technique

Stratégie de Marque

Savoir définir le message à faire passer
Définir une cible (un cœur de cible, puis une cible secondaire)
Définir un message primaire, puis un message secondaire
Définir un ton (chic, fun, proche, sérieux, ...) Définir une identité

Couleurs

Le cercle chromatique
La signification des couleurs
La gestion des couleurs
L'association de couleurs
Les interdits !
Les couleurs préférées des occidentaux
Les couleurs les plus utilisées
La bonne couleur pour véhiculer le bon message

Typographie

Les différentes catégories de typographie (Bâton, script, manuscrite, calligraphie, à empattements, sans sérif, plein & déliés, ...)
Les différents style de typographie (Majuscule, minuscule, gras, italique, ...)
Les codes typographiques
La signification de chaque typographie
Choisir la bonne typographie en fonction de l'image à donner

Intervenant :

Cécile Guedy

Formatrice référente en PAO
Bachelor en arts appliqués option communication visuelle.
MASTER en stratégie de marque.
Sup de Pub paris.
Domaines d'expertises : Photoshop - indesign - communication visuelle, graphisme et stratégie de marque.

Picto grammes

Qu'est ce qu'un pictogramme ?
Pourquoi un pictogramme ?
Quelle forme lui donner ?
Comment le créer ?
Comment l'intégrer ?

Comment créer un bon logo

Choisir la bonne gamme de couleurs
Choisir la bonne typographie
Mettre en place un élément visuel équilibré, en adéquation avec l'image de marque
Les 7 règles d'or pour créer un bon logo

Communication visuelle sur internet

Comment définir une bonne architecture de site en fonction du message à véhiculer
La gestion des couleurs sur le web
Le fonctionnement de l'œil, optique des couleurs et de la lumière
La gestion des formes et des proportions
La mise en page générale pour la stratégie de marque
Tour d'horizon des identités visuelles qui fonctionnent, et pourquoi.
Analyse des bons et mauvais choix visuels des grandes marques.

Questions / Réponses / Evaluation du stagiaire