

Référence	AssWebmarketing – Mise à jour 06/2024
Durée	Sur mesure
Pédagogie	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pédagogie basée sur des projets à réaliser</li> <li>– Mises en situation concrètes</li> <li>– Utilisation de supports numériques et vidéoprojetés</li> <li>– Co-réalisation de TP par le formateur et les apprenants</li> </ul>
Public Visé	Tout public
Animateur / Formateur	<p>Aurélian BELLOU-BOUSSELAIRE</p> <p>Thomas Quantin</p> <p>Gaëlle Henaf</p>
Prérequis	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Utilisation de Microsoft Windows, MacOS ou Linux</li> <li>– Connaissances de base du vocabulaire Web</li> </ul>
Lieu	Dans nos locaux
Formation éligible au CPF	203191

## 1 Objectifs / Finalités

- Elaborer les éléments techniques pour préparer une action marketing sur le web
- Réaliser une veille marketing – benchmark afin d’orienter les choix opérationnels en conformité avec l’éthique d’utilisation des outils Web
- Gérer les communautés et les réseaux sociaux
- Mettre à jour le site de la marque / entreprise et réaliser des modifications visuelles

## 2 Thématiques

**Séquence 1 : Les langages d’affichage Web HTML/CSS**

- Séparation sémantique / mise en forme
- Les balises utiles des langages HTML5 et CSS3
- Adaptation des pages et de la sémantique aux moteurs de recherche
- Validation du code
- Débuggage
- Bonnes pratiques

## **Séquence 2 : Adobe Photoshop**

- Bases de l'imagerie numérique
- Colorimétrie
- L'interface de Adobe Photoshop
- Les calques
- Le détourage
- La sélection et le déplacement
- Les filtres
- La retouche photo

## **Séquence 3 : Adobe Illustrator**

- L'interface de Adobe Illustrator
- Les images
- Les plans de travail
- Les styles d'objets
- La vectorisation
- Les formats de fichiers, l'exportation et l'impression

## **Séquence 4 : Les réseaux sociaux et la e-réputation**

- Présentation des différents réseaux sociaux et analyse
- Utilisation des outils liés aux réseaux sociaux et de l'usage nomade.
- Positionnement des entreprises sur les réseaux sociaux
- Revue de détail et utilisation de Twitter, Facebook, LinkedIn...
- Utilisation de Google + dans le cadre professionnel, lien avec la page Google Entreprise et l'écosystème Google.
- Communication et publicité sur les réseaux sociaux
- Partage de média
- Contenus efficaces vs contenus inutiles
- Création des axes de communication sur les réseaux sociaux
- Mise en place d'outils de veille.

## 3 Evaluations

- Evaluation pratique et théorie à l'issue de chaque thématique avec reprise si nécessaire des points non acquis.
- Evaluation pratique sur projet à l'issue de la formation