FORMATIONS

CULTURE ET NUMÉRIQUE

2019

NUMERED CONSEIL

Présentation de la structure

Agence de formation et de conseil créée par Cécile Palusinski, **NUMERED CONSEIL** travaille au service des professionnels de la culture en leur proposant des services destinés à structurer, accompagner, développer et consolider leur professionnalisation, dans un monde en pleine mutation.

L'évolution du contexte économique, la transformation et la complexification croissante de l'environnement juridique, social, culturel et institutionnel, et l'avènement du numérique, nous amènent à proposer des services permettant de répondre au mieux aux enjeux de demain.

NUMERED CONSEIL est ouverte à toutes les catégories de professionnels : porteurs de projets et entreprises, organismes interprofessionnels, travailleurs indépendants, écoles, universités, organismes publics, artistes, auteurs…

Les dispositifs de financement

Les formations peuvent être suivies dans différents cadres :

- compte personnel de formation (CPF)
- congé individuel de formation (CIF)
- plan de formation d'entreprise
- ou sur initiative personnelle (indépendant, demandeur d'emploi)

Contactez votre Opca, votre Opacif ou encore Pôle emploi (AIF) pour connaître vos droits.

Pourquoi faire appel à notre expertise ?

Comme nos formations, nos actions de conseil portent sur la stratégie de développement à l'heure du numérique.
Alors que le secteur culturel connaît une profonde mutation, notre connaissance approfondie des métiers de la culture nous permet de vous accompagner dans vos recherches de financements (crowdfunding), dans l'élaboration de votre stratégie de communication numérique ou dans votre réflexion sur de nouveaux modèles économiques.

Les formations sur-mesure

Nous pouvons concevoir des formations personnalisées adaptées à vos besoins (durée, budget, spécificités de votre entreprise…) en adaptant notre offre ou en travaillant de concert sur de nouvelles thématiques liées à la mutation numérique dans le secteur culturel.

Nous pouvons organiser des journées de formation dans le lieu de votre choix, en France ou à l'international, pour un ensemble de collaborateurs, réduisant ainsi l'impact des frais liés à la formation.

" L'ART ET LE MÉTIER NE SONT PAS
DEUX CHOSES SÉPARÉES.

INVENTION ET GÉNIE NE PEUVENT
SE PASSER NI DE SAVOIR NI DE MÉTHODE"

JACQUES COPEAU

Notre offre de formation

FORMATIONS CULTURE ET NUMÉRIQUE

Bâtir une stratégie de communication numérique ..... PAGE 5
Introduction à Facebook et Twitter ..... PAGE 7
Veiller et gérer son e-reputation ..... PAGE 8
Introduction aux enjeux du numérique pour le secteur culturel ..... PAGE 9
La médiation culturelle à l'heure du numérique ..... PAGE 10
Introduction au crowdsourcing ..... PAGE 11
Lancer un projet culturel en crowdfunding ..... PAGE 12
Comment financer ses projets culturels ?
financements publics, privés et crowdfunding ..... PAGE 13
Comment améliorer le référencement naturel de son site internet ? ..... PAGE 15
Création d'un blog avec wordpress.com ..... PAGE 17
Réaliser et diffuser un podcast audio ..... PAGE 19
Filmer avec son smartphone et maîtriser la diffusion de ses vidéos
pour dynamiser sa communication numérique ..... PAGE 21
Créer des contenus visuels pour une utilisation professionnelle des réseaux ..... PAGE 23
Bâtir une stratégie d'édition numérique ..... PAGE 25
La B.a.-ba du métier d'éditeur ..... PAGE 27
Formation InDesign niveau 1 ..... PAGE 29
Formation initiation Photoshop ..... PAGE 30
Formation package Photoshop & InDesign niveau 1 ..... PAGE 31
Création d'un livre numérique en ePub avec InDesign ..... PAGE 33
État des lieux et coulisses du livre audio ..... PAGE 35
Développer la lecture numérique dans son établissement ..... PAGE 37
La médiation numérique en bibliothèque ..... PAGE 39
Utiliser les réseaux sociaux en médiathèque ..... PAGE 41

FORMATIONS PRATIQUES ARTISTIQUES

Atelier de lecture à voix haute en studio d'enregistrement ..... PAGE 42
La fabrique à recits : atelier de création d'un livre audio-numérique ..... PAGE 43
Livre pop-up ..... PAGE 44

BÂTIR UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION NUMÉRIQUE

2,5 jours
17 heures
875 €HT

PUBLIC CONCERNÉ

Profil professionnel des stagiaires : professionnels de la culture
Pré-requis, expérience professionnelle : connaître les bases de l'outil informatique

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

A l'issue de cette formation, les stagiaires seront en mesure de :

- comprendre les enjeux et opportunités d'internet
- identifier les outils adaptés à leur activité et aux objectifs fixés
- intégrer les réseaux sociaux et les contenus plurimédias dans leur stratégie de communication
- identifier et exploiter les nouveaux flux d'informations (reconnaître les blogueurs, les sites influents…)
- mesurer leur influence, leur notoriété et leur e-réputation
- mettre en place une veille, analyser et suivre les performances

PROGRAMME

I. Bâtir une stratégie de communication digitale

1. Contexte et panorama

- Comportements et usages sur les médias sociaux
- Du web 1.0 au web 2.0 : appréhender les différents types de médias sociaux, leurs fonctionnalités et les outils numériques liés
- Les enjeux du social media dans le domaine culturel
- Les nouveaux acteurs et prescripteurs du web
- Comprendre la nouvelle dimension sociale des communautés

2. Du stratégique à l'opérationnel

Définir son identité numérique et ses objectifs

- Définir et optimiser sa présence sur les médias sociaux (blogs, réseaux sociaux, réseaux professionnels…) et s'approprier les bases du référencement
- Construire un cahier des charges
- Produire et diffuser du contenu (rédiger pour les réseaux sociaux, spécificités liées à Facebook, Twitter…), connaître les enjeux juridiques et éthiques (droits d'auteur…)
- Former une équipe de communication digitale : mettre en place une charte éditoriale web et une charte des médias sociaux en interne
- Intégrer le canal web dans sa stratégie de communication globale

3. Mesurer l'audience des supports et l'impact d'une campagne au regard des objectifs fixés

- Suivre son projet
- Surveiller sa e-réputation et anticiper les situations de bad buzz
- Identifier, fixer des indicateurs, mettre en place des tableaux de bord
- Organiser une veille : quels outils ? (veille sur les réseaux sociaux, exemple de ScoopIt)

PROGRAMME (SUITE)

II. Entrer en relation avec ses publics à l'heure du web 2.0

1. Devenir le community manager de sa communauté

- Quels outils utiliser pour identifier les prescripteurs et les communautés stratégiques dans le secteur culturel (outils de veille et d'information) ?
- Devenir le community manager de sa communauté : constituer et animer sa communauté.
- Quels outils utiliser pour animer sa communauté ?

2. Préparer sa campagne RP2.0

- Définir ses objectifs
- Les relations médias à l'heure du numérique
- Développer des nouveaux outils pour les journalistes : social media release et pressroom
- Trouver et qualifier les blogueurs influents de son secteur
- Entrer en contact avec les blogueurs : les conditions de réussite

3. Exemples et cas pratiques

- À partir de cas concrets, monter un événement en ligne, créer un dispositif cross-media pour valoriser un événement

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apport de connaissances à travers une présentation illustrée par de nombreux exemples et cas pratiques à partir des expériences des participants

SUPPORTS FOURNIS AUX STAGIAIRES

- Documentation powerpoint

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Questionnaire d'évaluation et remise d'attestation de fin de stage

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Durée totale : 2,5 jours (17 heures)
Coût du stage par participant : 875 € HT

CALENDRIER

Nous contacter

INTRODUCTION À FACEBOOK ET TWITTER

1 jour
7 heures
350 €HT

PUBLIC CONCERNÉ

Profil professionnel des stagiaires : professionnels de la culture

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de cette formation, les stagiaires seront en mesure de :

- créer une page Facebook et une page Twitter, les configurer, les administrer
- comprendre les spécificités de Facebook et Twitter
- maîtriser les règles et outils de base pour animer sa communauté

PROGRAMME

I. FACEBOOK

Présentation de Facebook : chiffres clés, enjeux

- Intérêt de Facebook pour les professionnels de la culture
- Définir sa stratégie et préparer un plan d'actions
- Créer sa page Facebook
- Publier du contenu : maîtriser les bonnes pratiques de rédaction de contenus et de publication, améliorer l'expérience utilisateur, notion d'Edge Rank
- Recruter ses premiers Fans : présentation de quelques techniques simples
- Identifier les différents leviers pour booster sa page (jeux, sondages, campagnes publicitaires, publication sponsorisée…)
- Analyser l'impact de ses publications

II. TWITTER

- Présentation de Twitter : chiffres clés, enjeux
- Intérêt de Twitter pour les professionnels de la culture : veille, information…
- Gérer son profil : présentation, connexion avec les autres réseaux sociaux
- Les outils essentiels de Twitter
- Le contenu et le vocabulaire Twitter : publier du contenu : conseils pratiques et astuces
- Principe des abonnés, des abonnements et des listes
- Retweet (RT), messages directs (DM)
- Hashtag et veille sur Twitter
- Gérer son profil : présentation, connexion avec les autres réseaux sociaux

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- La formation prendra la forme d'une présentation théorique.
- Le formateur répondra aux questions des participants sur la base de leur profil professionnel.

SUPPORTS FOURNIS AUX STAGIAIRES

- Documentation powerpoint

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Questionnaire d'évaluation et remise d'attestation de fin de stage

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Durée totale : 1 jour (7 heures)
Coût du stage par participant : 350 € HT

CALENDRIER

Nous contacter

VEILLER ET GÉRER SON E-REPUTATION

1 jour
300 €HT

PUBLIC CONCERNÉ

Profil professionnel des stagiaires : professionnels de la culture

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de cette formation, les participants seront en mesure de :

- comprendre la notion de e-réputation
- utiliser des outils permettant de gérer son identité numérique

PROGRAMME

1. Introduction à la e-réputation

- Contexte général : rappel des fondamentaux du web 2.0
- Définition de l'identité numérique
- Quels sont les vecteurs de la e-réputation ?
- Enjeux de la e-réputation : stratégie d'influence et stratégie de collecte d'informations
- Notion de communautés et d'ambassadeurs

2. Comment gérer son e-réputation ?

- Le principe de prévention (exemple de la gestion du bad buzz)
- La veille : caractéristiques générales et différents types de veille
- Méthodologie de mise en place d'une veille (périmètre, identification des sources, mots clés, qualification des contenus, diffusion)
- Les principaux outils de veille
- présentation d'un agrégateur de contenus (exemple : Scooplt)

3. Étude de notoriété et d'image : proposition d'une méthodologie générale et étude d'un cas pratique

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apport de connaissances à travers une présentation théorique et cas pratiques à partir des expériences des participants

SUPPORTS FOURNIS AUX STAGIAIRES

- Documentation powerpoint

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Questionnaire d'évaluation + attestation de fin de stage remis à chaque participant

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Durée totale : 1 jour
Coût du stage par participant : 300 € HT

CALENDRIER

Nous contacter

INTRODUCTION AUX ENJEUX DU NUMÉRIQUE POUR LE SECTEUR CULTUREL

2 jours
600 €HT

PUBLIC CONCERNÉ

Profil professionnel des stagiaires : professionnels de la culture

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de cette formation, les participants seront en mesure de :

- appréhender les enjeux du numérique dans le domaine culturel
- comprendre les nouvelles formes de médiation et de prescription culturelle
- avoir une réflexion sur les nouveaux modèles économiques

PROGRAMME

1. Introduction : la mutation des industries culturelles

- Les pratiques culturelles des Français à l'heure du numérique
- Le big data, enjeux et opportunités dans le secteur culturel
- Hyperchoix et économie de l'attention
- De nouvelles formes de création

2. Le numérique comme outil de développement des publics

- Démarches innovantes d'action culturelle et de médiation culturelle : quelques exemples
- Vers de nouvelles pistes de développement pour les acteurs culturels
- La notion de communautés culturelles et d'Ambassadeurs
- De nouvelles formes de prescription culturelle (les algorithmes de recommandation, complémentarité critique professionnelle et critique amateur…)

3. Vers de nouveaux modèles économiques

- Les nouveaux entrants
- Les contenus – les tuyaux
- Les plateformes dans les industries de la culture
- La question de la désintermédiation
- De nouveaux modèles d'affaires : présentation d'exemples sectoriels
- La répartition de la chaîne de valeur : quelle rémunération pour le créateur ?

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apport de connaissances à travers une présentation théorique et des exemples

SUPPORTS FOURNIS AUX STAGIAIRES

- Documentation powerpoint

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Questionnaire d'évaluation + attestation de fin de stage remis à chaque participant

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Durée totale : 2 jours
Coût du stage par participant : 600 € HT

CALENDRIER

Nous contacter

LA MÉDIATION CULTURELLE À L'HEURE DU NUMÉRIQUE

2 jours
14 heures
600 €HT

PUBLIC CONCERNÉ

Profil professionnel des stagiaires :

- professionnel(le)s de la culture
- professionnels de la communication et de l'action culturelle

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de cette formation, les stagiaires pourront :

- mettre en place des actions de médiation novatrices et adaptées aux usages du numérique
- ouvrir les actions de médiation à des publics variés
- développer de nouveaux liens avec les publics

PROGRAMME

1. La mutation numérique : une tempête s'est levée

- Mieux appréhender la mutation numérique
- Nouveaux usages et nouvelles pratiques

2. La médiation culturelle

- Qu'est-ce que la médiation culturelle ?
- Qu'est-ce qu'un public ?
- S'ouvrir à tous les publics
- Travail en groupe autour d'exemples concrets

3. La médiation culturelle à l'heure du numérique

- Mieux appréhender la mutation des pratiques culturelles, notamment des jeunes
- Mieux appréhender les usages numériques dans les pratiques culturelles aujourd'hui
- Travail en groupe autour d'exemples concrets

4. Construire une action de médiation culturelle à l'heure du numérique

- Présentation d'outils collaboratifs
- Présentation de pratiques nouvelles au sein de nouvelles communautés
- Le spectateur/visiteur/lecteur devient un acteur de votre projet
- Le spectateur/visiteur/lecteur devient un relai de votre projet

5. Mettre en place une action de médiation culturelle à l'heure du numérique

- Méthodologie
- Travail en groupe autour d'un exercice pratique
- Évaluer les actions conduites en direction des publics
- Faire évoluer ses actions en permanence

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Alternance d'apports théoriques et méthodologiques avec étude de cas et exercices pratiques.

SUPPORTS FOURNIS AUX STAGIAIRES

- Documentation powerpoint + liste de ressources.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Questionnaire d'évaluation + attestation de fin de stage remis à chaque participant

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Durée totale : 2 jours (14 heures)
Coût du stage par participant : 600 € HT

CALENDRIER

Nous contacter

INTRODUCTION AU CROWDSOURCING

½ jour
4 heures
200 €HT

PUBLIC CONCERNÉ

Profil professionnel des stagiaires : professionnels de la culture

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de cette formation, les participants seront en mesure de :

- comprendre l'intérêt du crowdsourcing
- réfléchir à l'utilisation du crowdsourcing dans le secteur culturel

PROGRAMME

Avec l'avènement des nouvelles technologies collaboratives issues du Web 2.0, les entreprises publiques et privées sont de plus en plus amenées à identifier et à explorer des idées innovantes au-delà de leurs traditionnelles frontières organisationnelles, en impliquant leur environnement (clients, partenaires, communautés en ligne...) dans leurs processus d'innovation, de création, de communication...

- Définition
- Contexte
- Types de crowdsourcing
- Caractéristiques des plateformes dédiées à la production culturelle collaborative
- Intérêt du crowdsourcing dans le secteur culturel
- Limites
- Exemples

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apport de connaissances à travers une présentation illustrée par de nombreux exemples et cas pratiques à partir des expériences des participants

SUPPORTS FOURNIS AUX STAGIAIRES

- Documentation powerpoint

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Questionnaire d'évaluation et remise d'attestation de fin de stage

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Durée totale : ½ jour (4 heures)
Coût du stage par participant : 200 € HT
(minimum 5 participants)

CALENDRIER

Nous contacter

LANCER UN PROJET CULTUREL EN CROWDFUNDING

2 jours
14 heures
700 €HT

PUBLIC CONCERNÉ

Profil professionnel des stagiaires : professionnels de la culture

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de cette formation, les participants seront en mesure de :

- comprendre les fondements du crowdfunding
- identifier les plateformes
- mener une campagne de crowdfunding

PROGRAMME

1. Présentation du crowdfunding

- Genèse et fondement du crowdfunding
- Valeurs véhiculées par le crowdfunding et économie collaborative
- Le crowdfunding : un outil de financement, de communication et d'étude de marché
- Les différentes formes de crowdfunding
- Etat des lieux en France et réglementation
- Le crowdfunding : une chance pour les professionnels de la culture ?
- Analyse comparative des différentes plateformes
- Quelques exemples

2. Méthodologie d'une campagne

- Méthodologie d'une campagne de collecte
- Préparation de sa campagne : établir son plan de financement, définir ses contreparties, créer des contenus d'animation de la collecte, élaborer la stratégie de communication autour de sa campagne, identifier les ambassadeurs potentiels de la collecte
- Cas pratiques à partir de la situation personnelle des participants

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apport de connaissances à travers une présentation illustrée par de nombreux exemples et cas pratiques à partir des expériences des participants.

SUPPORTS FOURNIS AUX STAGIAIRES

- Documentation powerpoint

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Questionnaire d'évaluation et remise d'attestation de fin de stage

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Durée totale : 2 jours (14 heures)
Coût du stage par participant : 700 € HT

CALENDRIER

Nous contacter

COMMENT FINANCER SES PROJETS CULTURELS : FINANCEMENTS PUBLICS, PRIVÉS ET CROWDFUNDING

2,5 jours
18 heures
875 €HT

PUBLIC CONCERNÉ

Profil professionnel des stagiaires : professionnels de l'édition, des arts graphiques ou plastiques

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

A l'issue de cette formation, les stagiaires seront en mesure de :

- comprendre le fonctionnement des collectivités publiques et identifier les dispositifs d'aide dédiés aux auteurs des arts graphiques et plastiques
- inscrire leur projet dans les politiques publiques et remplir un dossier de demande de subvention
- comprendre les attentes des entreprises dont le champ d'intervention est le secteur de l'édition ou des arts graphiques et plastiques et bâtir une stratégie de recherche de fonds privés
- comprendre la logique du crowdfunding et maîtriser la méthodologie d'une collecte de fonds

PROGRAMME

1. Inscrire son projet dans les politiques publiques

- Comprendre l'organisation des collectivités publiques et identifier les partenaires potentiels et les bons interlocuteurs…)
- Appréhender les domaines d'intervention (culture, social, éducation, etc…) et identifier les dispositifs publics dédiés aux auteurs de l'écrit et des arts graphiques et plastiques (DRAC, CNAP, Prix, Bourses, etc…)
- Repérer les enjeux des politiques culturelles publiques
- Construire son projet en l'inscrivant dans les politiques publiques
- Cas pratique : remplir un formulaire cerfa (identifier les attentes des partenaires, mettre en avant ses points forts)

2. Bâtir une stratégie de recherche de partenaires privés
Chiffres clés

- Comprendre les valeurs et les motivations des entreprises dont le champ d'intervention est le livre ou les arts graphiques et plastiques (image interne, externe, marketing, engagement « citoyen » : développement durable, handicap, gestion des ressources humaines, créativité…)
- Le cadre juridique et fiscal : rappel des bases du mécénat/ distinction sponsoring/, incidences fiscales de l'achat d'œuvres d'art d'artistes vivants…
- Identifier les partenaires potentiels privés : liste de ressources (analyse du Guide des 140 aides publiques et privées en faveur des artistes, exemples de Fondations d'entreprise, identification des appels à projets artistiques ou prix pour l'art contemporain) et aides privées à l'édition
- Créer un projet en lien avec les besoins de l'entreprise, imaginer les contreparties
- Construire une relation durable : exemple de projets

3. Le financement participatif
Comprendre le fonctionnement des plateformes de crowdfunding et identifier les plateformes dédiées aux arts graphiques et plastiques et à l'édition

- Présenter un projet attrayant
- Mobiliser son réseau et communiquer

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Alternance d'apports théoriques et méthodologiques avec étude de cas

SUPPORTS FOURNIS AUX STAGIAIRES

- Documentation powerpoint + liste de ressources

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Questionnaire d'évaluation et remise d'attestation de fin de stage

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Durée totale : 2,5 jours (18 heures)
Coût du stage par participant : 875 € HT

CALENDRIER

Nous contacter

COMMENT AMÉLIORER LE RÉFÉRENCEMENT NATUREL DE SON SITE INTERNET ?

1 jour
300 €HT

PUBLIC CONCERNÉ

Profil professionnel des stagiaires : professionnels de la culture

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de cette formation, les participants seront en mesure de :

- comprendre les bases du référencement naturel
- améliorer le référencement et la visibilité de leur site internet

PROGRAMME

1. Introduction au référencement

- Comportement des internautes (comportements visuels, modes de recherche...)
- Présentation et mode de fonctionnement des outils de recherche
- Méthode d'analyse de pertinence des mots clés
- Principes généraux de l'indexation
- World Wide Web Consortium W3C

2. Pré-audit de son site internet

- Analyse des backlinks
- Présentation des balises
- 2 grandes familles d'optimisation : critères in-page et off-page
- Les bases de la rédaction web et critères rédactionnels
- Navigation et ergonomie
- Critères de positionnement
- Facteurs bloquants
- Principales fonctionnalités
- Infrastructure mobile

3. Exercice pratique

- Présentation d'outils d'analyse et mise en application sur son site internet

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apport de connaissances à travers une présentation théorique et cas pratiques à partir des expériences des participants.

SUPPORTS FOURNIS AUX STAGIAIRES

- Documentation powerpoint + liste de ressources.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Questionnaire d'évaluation et remise d'attestation de fin de stage.

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Durée totale : 1 jour
Coût du stage par participant : 300 € HT

CALENDRIER

Nous contacter

CRÉATION D'UN BLOG AVEC WORDPRESS.COM

2 jours
14 heures
600 €HT

PUBLIC CONCERNÉ

Profil professionnel des stagiaires : professionnels de la culture

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de cette formation, les stagiaires pourront :

- ouvrir un compte sur wordpress.com
- ajouter des contenus
- créer des catégories pour leur blog
- modifier l'apparence de leur blog
- gérer les menus
- appliquer des bonnes pratiques pour le référencement

PROGRAMME

1. Usage des blogs

- Blog personnel ou professionnel
- Ton et rythme des publications
- Choix du nom de domaine
- Intégration à son site

2. Wordpress

- Différence entre Wordpress.org et Wordpress.com
- Création d'un compte sur Wordpress.com
- Fonctionnalités de Wordpress
- Différence entre une page et un article
- Préparer la structure de son blog

3. Création d'un article

- Choix du titre
- Ajout du contenu dans le corps du texte et options de mises en page
- Ajout d'une image
- Ajout d'une vidéo en provenance de Youtube
- Appliquer une catégorie à l'article
- Ajout d'une étiquette (tags) à l'article
- Options de prévisualisation et de publication
- Conclusion sur la création d'article avec des conseils relatifs au référencement et aux réseaux sociaux

4. Création d'une page

- Création d'une page à propos

5. Configurer le menu principal

PROGRAMME (SUITE)

6. Design du blog

- Choisir un thème
- Modifier le thème
- Gérer les Widgets
- Choisir sa page d'accueil

7. Options avancées

- Réglages généraux du site
- Accéder au tableau de bord
- Options d'édition dans le tableau de bord
- Les options payantes de wordpress.com

Conclusion

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Alternance d'apports théoriques et méthodologiques avec exercices pratiques.

SUPPORTS FOURNIS AUX STAGIAIRES

- Documentation powerpoint.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Questionnaire d'évaluation et remise d'attestation de fin de stage.

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Durée totale : 2 jours (14 heures)
Coût du stage par participant : 600 € HT

CALENDRIER

Nous contacter

RÉALISER ET DIFFUSER UN PODCAST AUDIO

2 jours
14 heures
600 €HT

PUBLIC CONCERNÉ

Profil professionnel des stagiaires :

- professionnel de la communication, de l'action culturelle et de la culture
- blogueur, community manager ou rédacteur web sachant utiliser un smartphone, qui souhaite dynamiser sa communication numérique grâce au podcast audio (interview, reportage, captation d'événement,...)

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de cette formation, les stagiaires pourront :

- maîtriser la prise de son, le montage et le mixage audio, grâce à un matériel nomade et léger (type smartphone ou enregistreur numérique et ordinateur)
- créer des contenus sonores (entretiens, reportages,...) ; les diffuser via une plateforme de podcasts et des réseaux sociaux
- développer une stratégie de communication basée sur l'audio pour s'ouvrir à de nouveaux publics

PROGRAMME

1. Contexte et usages du podcast dans le cadre d'une communication numérique

- Mieux appréhender les nouveaux usages et l'impact spécifique des podcasts
- Découvrir les continents « culture », « création » et « information » sur la « Planète Podcast »

2. Les bases d'une communication numérique avec le podcast

- Qu'est-ce qu'un podcast ?
- Mieux connaître certaines communautés de podcasteurs : culture, création et information
- Définir un projet : sens et moyens
- Animer son podcast
- Connaître les aspects juridiques du droit à l'utilisation des sons et des musiques

3. Une base d'équipement nomade et accessible financièrement

- Smartphones
- Micros externes
- Enregistreurs numériques
- Casques et oreillettes
- Trépieds
- Outils de montage : Audacity (logiciel libre et gratuit)

4. Les bases d'un reportage et d'une interview enregistrés

- Les bases d'un plan de montage
- Les bases d'une interview et d'un reportage audio
- Préparer le reportage / l'interview
- Réaliser la prise de son

PROGRAMME (SUITE)

5. Initiation au montage audio

- Transférer des fichiers sons et musique sur l'ordinateur
- Prise en main de Audacity, logiciel de montage de base : Audacity (logiciel libre)
- Montage de séquences audio
- Régler les niveaux sonores
- Ajouter des pistes sonores
- Mixage son

6. Mise en ligne et diffusion du podcast

- Préparer le fichier audio
- Mettre en ligne le podcast de façon optimale sur des plateformes dédiées
- Trouver la bonne image pour accompagner votre podcast
- Maîtriser le référencement du podcast
- Intégrer le podcast sur son blog et sur les réseaux sociaux
- Diffuser un événement en direct via des plateformes et des applications

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Alternance d'apports théoriques et méthodologiques avec étude de cas et exercices pratiques.

MATÉRIEL FOURNI PAR LE FORMATEUR

- Micro externe, enregistreur numérique et pied de micro.
- Les stagiaires devront être équipés d'un smartphone et d'un ordinateur récents (moins de 2/3 ans). La formation peut être adaptée à des utilisateurs iOS/Mac ou Android/PC.

SUPPORTS FOURNIS AUX STAGIAIRES

- Documentation powerpoint + liste de ressources.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Questionnaire d'évaluation et remise d'attestation de fin de stage.

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Durée totale : 2 jours (14 heures)
Coût du stage par participant : 600 € HT

CALENDRIER

Nous contacter

FILMER AVEC SON SMARTPHONE ET MAÎTRISER LA DIFFUSION DE SES VIDÉOS POUR DYNAMISER SA COMMUNICATION NUMÉRIQUE

3 jours
21 heures
900 €HT

PUBLIC CONCERNÉ

Profil professionnel des stagiaires :

- professionnels de la communication et de la culture
- blogueur, community manager ou rédacteur web sachant utiliser un smartphone, et souhaitant dynamiser sa communication numérique grâce à la vidéo (interview, reportage, captation d'événement,...)

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de cette formation, avec un investissement en matériel limité, les stagiaires pourront :

- filmer, monter et diffuser des vidéos de qualité,
- maîtriser les fondamentaux de la réalisation d'une vidéo pour une utilisation adaptée aux besoins d'un rédacteur multimédia,
- mieux appréhender l'utilisation de la vidéo dans le cadre d'une stratégie numérique de contenu.

PROGRAMME

1. Contexte et usages de la vidéo dans le cadre d'une communication numérique

- Mieux appréhender les nouveaux usages et l'impact de la vidéo sur internet
- Découvrir le continent « culture » sur la « Planète Youtube »

2. Les bases d'une communication numérique avec la vidéo

- Les nouveaux usages induits par le numérique
- Définir un projet : sens et moyens
- Connaître les aspects juridiques du droit à l'image, du droit d'auteur (images et musiques)

3. Présentation d'un équipement matériel de base

- Smartphones
- Micros externes
- Trépieds
- Matériel d'éclairage
- Outils de montage : iMovie et logiciels libres

4. Les bases d'un plan de montage et d'une interview filmée

- Initiation au langage cinématographique : cadrage, plans, séquences, montage, ...
- Les bases d'un plan de montage
- Les bases d'une interview filmée

5. Apprendre à filmer avec son smartphone

- Prise en main de son smartphone et des fonctions vidéo de base
- Techniques de prises de vue et composition des cadres
- Filmer des séquences
- Soigner sa prise de son
- Maîtriser la lumière selon les besoins et les moyens
- Transférer ses vidéos sur son Mac / PC

PROGRAMME (SUITE)

6. Initiation au montage image et audio

- Prise en main d'un logiciel de montage de base : iMovie (Mac, iOS) et logiciels libres
- Montage de séquences filmées et créations de diaporamas
- Maîtriser quelques effets : images, transitions, titrages,...
- Régler les niveaux sonores
- Ajouter des pistes sonores

7. Mise en ligne et diffusion de la vidéo

- Préparer le fichier vidéo
- Mettre en ligne la vidéo de façon optimale sur les plateformes vidéo (Youtube, Dailymotion, Vimeo)
- Maîtriser le référencement de la vidéo
- Créer sa chaîne Youtube
- Intégrer sa vidéo sur son blog et sur les réseaux sociaux
- Diffuser un événement en direct via des plateformes et des applications

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Alternance d'apports théoriques et méthodologiques avec étude de cas et exercices pratiques.

MATÉRIEL FOURNI PAR LE FORMATEUR

- Micro externe, enregistreur numérique et pied de micro.
- Les stagiaires devront être équipés d'un smartphone et d'un ordinateur récents (moins de 2/3 ans). La formation peut être adaptée à des utilisateurs iOS/Mac ou Android/PC.

SUPPORTS FOURNIS AUX STAGIAIRES

- Documentation powerpoint + liste de ressources.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Questionnaire d'évaluation et remise d'attestation de fin de stage.

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Durée totale : 3 jours (21 heures)
Coût du stage par participant : 900 € HT

CALENDRIER

Nous contacter

CRÉER DES CONTENUS VISUELS POUR UNE UTILISATION PROFESSIONNELLE DES RÉSEAUX

1 jour
7 heures
300 €HT

PUBLIC CONCERNÉ

Profil professionnel des stagiaires :

- professionnels de la culture, de l'action culturelle et de la communication
- blogueur, community manager et rédacteur web

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, les stagiaires pourront :

- créer du contenu visuel adapté aux réseaux sociaux
- développer un usage professionnel d' Instagram, Snapchat, Pinterest,...
- proposer des actions de communication visuelle numérique adaptées à des publics variés

PROGRAMME

1. La mutation numérique : une tempête s'est levée

- Mieux appréhender la mutation numérique
- Nouveaux usages et nouvelles pratiques pour les structures culturelles
- Nouveaux usages et nouvelles pratiques de la part des publics

2. Lire, fabriquer et diffuser des images

- Les bases de la lecture d'une image
- Les règles de bases de la prise de vue (photo et vidéo)
- Les bases de l'éditing : organiser une série d'images en vue d'un reportage ou d'un diaporama
- Faire appel à un professionnel : établir et suivre une commande
- Trouver des images libres de droit
- Les règles de base du droit à l'image et du droit d'auteur

3. Les réseaux et plateformes

- Présentation de quelques réseaux et plateformes spécifiques
- Découvrir et utiliser de façon professionnelle Instagram, Snapchat et Pinterest

4. L'image au sein de votre stratégie numérique

- Définir une ligne éditoriale, un esprit, une ambiance, des codes
- Créer des images en fonction de votre projet et des usages spécifiques des réseaux
- Qu'est-ce qu'une une « story » / un reportage ?
- Diffuser des images en direct lors d'un événement via Twitter, Facebook, Instagram et Snapchat
- Animer un réseau, une communauté autour de votre projet

5. Des outils pour adapter vos images aux réseaux sociaux

- Présentation d'outils freemium (Canva,...) et des logiciels libres pour créer vos images
- Prise en main de certains de ces outils en fonction des demandes des stagiaires
- Infrastructure mobile

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Alternance d'apports théoriques et méthodologiques avec étude de cas et exercices pratiques.

SUPPORTS FOURNIS AUX STAGIAIRES

- Documentation powerpoint + liste de ressources.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Questionnaire d'évaluation et remise d'attestation de fin de stage.

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Durée totale : 1 jour (7 heures)
Coût du stage par participant : 300 € HT

CALENDRIER

Nous contacter

BÂTIR UNE STRATÉGIE D'ÉDITION NUMÉRIQUE

2,5 jours
18 heures
875 €HT

PUBLIC CONCERNÉ

Profil professionnel des stagiaires : professionnels de l'édition

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de cette formation, les participants seront en mesure de :

- comprendre les enjeux de d'édition numérique et en identifier les acteurs
- envisager la constitution d'un catalogue numérique (sur la base des contenus existants ou le développement de contenus numériques originaux)
- commercialiser leur catalogue numérique et mettre en place une stratégie de communication digitale

PROGRAMME

Chiffres clés et tendances du marché du livre numérique
Les attentes des consommateurs et leurs évolutions

1. Les enjeux éditoriaux

- Les fonds inexploités
- La numérisation de son catalogue
- Les nouveaux usages de lecture : livre homothétique / livre augmenté
- Prospective de l'édition numérique : les nouvelles écritures, livre enrichi et œuvre transmedia

2. Le cadre juridique de l'édition numérique

- Le contrat d'édition numérique en bref

3. Les ressources humaines

- La formation des équipes à l'édition numérique : les nouvelles compétences internes et externes nécessaires

4. Les enjeux techniques

- Appréhender les formats et les supports
- Question de l'interopérabilité, question des usages
- Produire et adapter les contenus selon les plateformes
- Evolution des chaînes de production et normalisation des processus
-

5. Commercialiser et diffuser les livres numériques

- De nouveaux modèles économiques (abonnement, location, freemium, offre couplée…)
- E-libraires, e-diffuseurs, e-distributeurs…
- Diffusion des livres numériques en librairies : quelles perspectives ?
- Protections : DRM, tatouage
- Les nouveaux acteurs de la chaîne et vente B to B : opérateurs de téléphonie…

PROGRAMME (SUITE)

6. Vers un nouveau marketing du livre

- D'un marketing de l'offre à un marketing de la demande ?
- Leviers de promotion pour l'acquisition de nouveaux publics et la fidélisation : réseaux sociaux, social media marketing
- Les blogueurs et les communautés de lecteurs
- Conclusion

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Alternance d'apports théoriques et méthodologiques avec étude de cas, exercices pratiques

SUPPORTS FOURNIS AUX STAGIAIRES

- Documentation powerpoint + liste de ressources

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Questionnaire d'évaluation et remise d'attestation de fin de stage

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Durée totale : 2,5 jours (18 heures)
Coût du stage par participant : 875 € HT

CALENDRIER

Nous contacter

LA B.A.-BA DU MÉTIER D'ÉDITEUR

9 jours
63 heures
4 000 €HT

PUBLIC CONCERNÉ

Profil professionnel des stagiaires : toute personne intéressée par le secteur de l'édition

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

A l'issue de cette formation, les stagiaires seront en mesure de :

- comprendre le fonctionnement du secteur de l'édition
- comprendre le rôle de l'éditeur de la création à la commercialisation d'un ouvrage
- maîtriser l'environnement du secteur et ses spécificités
- disposer d'une base de connaissances permettant d'envisager la création d'une maison d'édition papier ou/et numérique

PROGRAMME

Introduction
Chiffres clés

- Panorama de la chaîne du livre : de la création à la commercialisation du livre

1.Entreprendre dans l'édition

- Choisir son statut juridique
- Définir son projet d'entreprise et sa politique éditoriale, étudier le marché : définir une stratégie marketing pertinente (marketing stratégique/marketing opérationnel)
- Le financement d'une maison d'édition (plan de financement, compte d'exploitation prévisionnel, choix de financements, dispositifs d'aides)
- Les bases de la gestion d'une maison d'édition et les grandes étapes du projet éditorial
- Les spécificités réglementaires (TVA, loi Lang, le dépôt légal…)
- Vade-macum de la comptabilité d'une maison d'édition (compte de résultat, bilan, analyse des coûts d'un projet éditorial…)
- Elaborer son business plan

2. Le contrat d'édition

- Rappel des notions fondamentales du droit d'auteur
- Obligations contractuelles de l'auteur et de l'éditeur : les bases du contrat d'édition
- Relations contractuelles avec les auteurs et rémunération (Agessa…) : cadre juridique et social
- Le contrat d'édition à l'heure du numérique et reddition des comptes

3. Vers une mutation du secteur

- Panorama de l'édition numérique
- Enjeux éditoriaux, juridiques, économiques (nouveaux modèles d'affaires), commerciaux
- Impacts pour les acteurs de la chaîne du livre
- Le prix unique du livre numérique
- Les circuits de diffusion et de distribution à l'heure du numérique
- Du B to C au B to B (partenariats…)

PROGRAMME (SUITE)

4. Manager un projet éditorial print

- La conception du projet
- La mise en œuvre : choix et coordination des intervenants internes et externes, établissement des budgets et des plannings…) et élaboration d'un cahier des charges
- Initiation à la PAO : créer un document simple avec InDesign et découvrir les fonctionnalités de base du logiciel
- Les bases de la typographie

5. Promouvoir sa maison d'édition et son catalogue

- Le marketing de l'édition : d'un marketing de l'offre à un marketing de la demande ?
- Définir ses objectifs et déterminer les réseaux adaptés
- Bâtir une stratégie de communication pour le papier et le numérique
- Définir une stratégie de communication multicanal
- Assurer une veille
- Optimiser sa présence en ligne
- Devenir le community manager de sa communauté de lecteurs
- Identifier les outils de mesure

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Alternance d'apports théoriques et méthodologiques avec étude de cas

SUPPORTS FOURNIS AUX STAGIAIRES

- Documentation powerpoint + liste de ressources

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Questionnaire d'évaluation et remise d'attestation de fin de stage

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Durée totale : 9 jours (63 heures)
Coût du stage par participant : 4 000 € HT

CALENDRIER

Nous contacter

FORMATION INDESIGN NIVEAU 1

2 jours
14 heures
700 €HT

PUBLIC CONCERNÉ

Profil professionnel des stagiaires : professionnels de la culture

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de cette formation, les participants seront en mesure de :

- créer une mise en page intégrant des images et du texte (affiche, livre, plaquette)

PROGRAMME

1. Présentation des fonctionnalités du logiciel

- Interface, préférences, espace de travail, palettes, résolution

2. Créer un document

- Les pages, le format, le bord perdu

3. Les images

- Importation des images, gérer les liens, habillage des images

4. Travailler le texte et la typographie

- Les blocs de texte, caractères et paragraphes, les styles, les tableaux, la vectorisation
- Importer du texte, le classeur de polices, la gestion de la typographique (interlignage, césure, justification, choix typographiques)

5. Le dessin

- Les formes, les effets, le nuancier, les dégradés

6. Approfondissement de la mise en page

- Les gabarits, le foliotage, le contrôle en amont, l'export vers différents formats

7. Exercices de mises en page

- Exercices pratiques pour assimiler les différents points de la formation

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apport de connaissances à travers une présentation des différentes possibilités du logiciel qui seront reproduites point par point par les stagiaires

SUPPORTS FOURNIS AUX STAGIAIRES

- Documentation pdf

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Selon l'assimilation aux exercices de mise en page

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Durée totale : 2 jours (14 heures)
Coût du stage par participant : 700 € HT

CALENDRIER

Nous contacter

FORMATION INITIATION PHOTOSHOP

2 jours
14 heures
700 €HT

PUBLIC CONCERNÉ

Profil professionnel des stagiaires : professionnels de la culture

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de cette formation, les participants seront en mesure de :

- maîtriser les principales fonctionnalités de Photoshop : retoucher une image, réaliser des effets avec les calques et les filtres, créer des montages
- apprendre les principaux détourages d'images

PROGRAMME

1. Présentation des fonctionnalités du logiciel

- Interface, outils

2. Résolution d'images et colorimétrie :

- Niveaux, modes colorimétriques, résolution pour le web ou pour l'impression

3. Retoucher une image

- Cadrer, agrandir la zone de travail, outil tampon, bases de la chromie…

4. Détourage :

- Découvrir les principaux outils permettant de détourer une image (tracé vectoriel, baguette magique, additionner, soustraire, masque), mémoriser les sélections

5. Bases de l'utilisation des calques

6. Exportation

7. Exercices de retouche d'images

- Exercices pratiques pour assimiler les différents points de la formation

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apport de connaissances à travers une présentation des différentes possibilités du logiciel

SUPPORTS FOURNIS AUX STAGIAIRES

- Documentation pdf

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Selon l'assimilation aux exercices pratiques

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Durée totale : 2 jours (14 heures)
Coût du stage par participant : 700 € HT

CALENDRIER

Nous contacter

FORMATION PACKAGE PHOTOSHOP & INDESIGN NIVEAU 1

6 jours
42 heures
2 100 €HT

PUBLIC CONCERNÉ

Profil professionnel des stagiaires : professionnels de la culture

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de cette formation, les participants seront en mesure de :

- maîtriser les principales fonctionnalités de Photoshop : retoucher une image, réaliser des effets avec les calques et les filtres, créer des montages
- apprendre les principaux détourages d'images
- créer une mise en page dans InDesign en intégrant des images et du texte (affiche, livre, plaquette)

PROGRAMME

PHOTOSHOP

1. Présentation des fonctionnalités du logiciel

- Interface, outils.

2. Résolution d'images et colorimétrie

- Niveaux, modes colorimétriques, résolution pour le web ou pour l'impression.

3. Retoucher une image

- Cadrer, agrandir la zone de travail, outil tampon, bases de la chromie…

4. Détourage

- Découvrir les principaux outils permettant de détourer une image (tracé vectoriel, baguette magique, additionner, soustraire, masque), mémoriser les sélections.

5. Bases de l'utilisation des calques

6. Exportation

7. Exercices de retouche d'images

- Exercices pratiques pour assimiler les différents points de la formation.

PROGRAMME (SUITE)

INDESIGN

1. Présentation des fonctionnalités du logiciel

- Interface, préférences, espace de travail, palettes, résolution.

2. Créer un document

- Les pages, le format, le bord perdu.

3. Les images

- Importation des images, gérer les liens, habillage des images.

4. Travailler le texte et la typographie

- Les blocs de texte, caractères et paragraphes, les styles, les tableaux, la vectorisation.
- Importer du texte, le classeur de polices, la gestion de la typographique (interlignage, césure, justification, choix typographiques).

5. Le dessin

- les formes, les effets, le nuancier, les dégradés.

6. Approfondissement de la mise en page

- Les gabarits, le foliotage, le contrôle en amont, l'export vers différents formats.

7. Exercices de mises en page

- Exercices pratiques pour assimiler les différents points de la formation.

En complément

- Acquérir quelques notions de mise en page et de typographie.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apport de connaissances à travers des présentations des différentes possibilités des logiciels qui seront reproduites point par point par les stagiaires.

SUPPORTS FOURNIS AUX STAGIAIRES

- Documentation PDF.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Selon l'assimilation aux exercices.

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Durée totale : 6 jours (42 heures)
Coût du stage par participant : 2 100 € HT

CALENDRIER

Nous contacter

CRÉATION D'UN LIVRE NUMÉRIQUE EN EPUB AVEC INDESIGN

1 jour
7 heures
300 €HT

PUBLIC CONCERNÉ

Profil professionnel des stagiaires : professionnels de l'édition

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de cette formation, les stagiaires seront en mesure de :

- préparer un document InDesign en vue de sa conversion au format ePub
- exporter un document InDesign au format ePub
- éditer un document au format ePub
- vérifier et valider un livre numérique en ePub

PROGRAMME

1. Introduction sur le livre numérique

- Les formats existants
- La spécificité de l'ePub par rapport au PDF

2. Préparer le document InDesign

- Styles de caractère et styles de paragraphes
- Les notes de bas de pages
- Ancrage des images
- La table des matières

3. Exporter le fichier InDesign vers l'ePub

- Les options d'exportation
- Impact des options sur la mise en page du fichier ePub

4. Visualiser le fichier ePub

- Présentation des principaux lecteurs d'ePub et de leur différence
- Ouverture du fichier ePub généré dans le lecteur Calibre

5. Éditer un fichier ePub

- Ouverture du fichier ePub dans le logiciel d'édition Sigil
- Structure de l'ePub et fonctionnement général
- Exercice d'édition du fichier ePub : textes, styles et métadonnées

6. Valider le fichier ePub

- Enjeu de la validation de son fichier
- Exercice pratique de validation avec Epubcheck

7. Conclusion sur l'évolution du format ePub

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Présentation générale et exercices pratiques.

SUPPORTS FOURNIS AUX STAGIAIRES

- Documentation powerpoint + liste de ressources.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Questionnaire d'évaluation et remise d'attestation de fin de stage

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Durée totale : 1 jour (7 heures)
Coût du stage par participant : 300 € HT

CALENDRIER

Nous contacter

ÉTAT DES LIEUX ET COULISSES DU LIVRE AUDIO

1 jour
7 heures
400 €HT

PUBLIC CONCERNÉ

Profil professionnel des stagiaires : professionnels de la chaîne du livre

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de cette formation, les participants :

- auront une connaissance du marché du livre audio en France
- auront appréhendé les multiples usages du livre audio (dimension sociale, culturelle, pédagogique) sous son format CD et son format dématérialisé
- auront découvert les coulisses du livre audio, à travers un atelier pratique

PROGRAMME

Matin

- Présentation du marché du livre audio en France et de ses acteurs (éditeurs, diffuseurs/distributeurs, libraires, bibliothèques…)
- État des lieux du marché du livre audio
- Les métiers du livre audio (ingénieurs du son, comédiens/lecteurs, directeur artistique…) et son environnement (organismes de perception et de répartition des droits)
- Les spécificités fiscales et juridiques
- Le public et les usages du livre audio (livre audio comme support d'apprentissage de la langue française…)
- Quelle promotion du livre audio en France (Prix, manifestations…) ?
- Opportunités et menaces : quelles perspectives pour le livre audio ?

Après-midi

- Découverte des coulisses du livre audio avec un ingénieur du son (utilisation d'un dispositif mobile d'enregistrement permettant de simuler une séance d'enregistrement)
- Exercice d'enregistrement d'un extrait de texte

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apport de connaissances à travers une présentation théorique et un atelier de découverte des coulisses du livre audio (utilisation d'un dispositif mobile d'enregistrement)

SUPPORTS FOURNIS AUX STAGIAIRES

- Documentation powerpoint

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Questionnaire d'évaluation et remise d'attestation de fin de stage

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Durée totale : 1 jour (7 heures)
Coût du stage par participant : 400 € HT

CALENDRIER

Nous contacter

DÉVELOPPER LA LECTURE NUMÉRIQUE DANS SON ÉTABLISSEMENT

2 jours
14 heures
600 €HT

PUBLIC CONCERNÉ

Profil professionnel des stagiaires : professionnels des médiathèques

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de cette formation, les participants seront en mesure de :

- comprendre les enjeux de la lecture numérique et en identifier les acteurs
- envisager des dispositifs de lecture numérique
- promouvoir une offre de lecture numérique

PROGRAMME

Chiffres clés et tendances du marché du livre numérique
Les attentes des consommateurs et leurs évolutions

1. Les formes du livre de Ptolémée à nos jours

- Les grands axes de l'histoire de la forme du livre
- Les nouveaux usages de lecture : livre homothétique / nouvelle formes du livre (livre enrichi et web)
- Une révolution « gutenberienne » de la transmission des savoirs

2. Le cadre juridique du livre numérique

- Le livre numérique n'est pas considéré comme un livre
- Les expérimentations de prêt numériques (Canada- France (PNB) – Allemagne…) : de nouveaux acteurs ?
- L'offre de livres numériques en France pour les bibliothèques
- Le contrat d'édition numérique en bref

3. Les enjeux techniques

- Appréhender les formats et les supports
- Question de l'interopérabilité, question des usages ?
- Quels outils de lectures (tablettes ou liseuses) ?
- Quel modèle de diffusion : streaming ou téléchargement (avenir des modèles) ?
- Protections : DRM, LCP, watermarking

4. Créer des dispositifs de lecture numérique

- Proposer du prêt de livres numérique en bibliothèque (un site particulier ou un service de son portail)
- Prêter des liseuses mais avec quels contenus ?
- Autres dispositifs de médiation et de diffusion : QR codes, bibliobox, bornes de téléchargement
- Les autres formes de médiation : wattpad, communautés de lecteurs…

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Alternance d'apports théoriques et méthodologiques avec étude de cas et exercices pratiques.

SUPPORTS FOURNIS AUX STAGIAIRES

- Documentation powerpoint + liste de ressources.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Questionnaire d'évaluation et remise d'attestation de fin de stage.

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Durée totale : 2 jours (14 heures)
Coût du stage par participant : 600 € HT

CALENDRIER

Nous contacter

LA MÉDIATION NUMÉRIQUE EN BIBLIOTHÈQUE

2 jours
14 heures
600 €HT

PUBLIC CONCERNÉ

Profil professionnel des stagiaires : professionnels des médiathèques

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de cette formation, les participants seront en mesure de :

- comprendre les enjeux de la médiation numérique et en identifier les acteurs
- différencier espaces, dispositifs et services de médiation numérique
- concevoir sa politique de médiation numérique

PROGRAMME

La médiation numérique est-elle utile ?

1. La médiation numérique : qu'est-ce que c'est ?

- Tenter de définir la médiation numérique
- Usages de la médiation numérique en médiathèque
- Médiateur numérique ou médiateur des connaissances et des savoirs ?

2. Un cadre juridique en construction

- Le médiateur numérique simple communicateur ?
- Limites avec les droits et statuts du fonctionnaire
- Identité numérique

3. Études de cas

- Exemples de dispositifs actuels (gestion de contenus, développement de services de coups de cœur, organisation de projet délibéré de médiation numérique)

5. Concevoir une politique de médiation numérique

- Une politique de médiation numérique reliée au projet de service
- Liens entre médiation numérique / communication / action culturelle
- Charte et ligne éditoriale / validation des contenus
- Un projet adapté à son établissement et à son équipe

Conclusion

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Alternance d'apport de connaissances théoriques et méthodologiques, avec études de cas et exercices pratiques

SUPPORTS FOURNIS AUX STAGIAIRES

- Documentation powerpoint et liste de ressources

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Questionnaire d'évaluation et remise d'attestation de fin de stage

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Durée totale : 2 jours (14 heures)
Coût du stage par participant : 600 € HT

CALENDRIER

Nous contacter

UTILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX EN MÉDIATHÈQUE

2 jours
14 heures
600 €HT

PUBLIC CONCERNÉ

Profil professionnel des stagiaires : professionnels des médiathèques

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de cette formation, les participants seront en mesure de :

- comprendre les enjeux de la présence d'une bibliothèque sur les réseaux sociaux
- savoir utiliser un réseau social pour atteindre et capter l'attention de ses publics
- concevoir une ligne éditoriale des médiathèques cohérente/communication de la collectivité

PROGRAMME

1. Les réseaux sociaux : qu'est-ce que c'est ?

- Qu'est-ce qu'un réseau social ?
- Typologie des réseaux sociaux ?
- Usages des réseaux sociaux en médiathèque
- Le syndrome Facebook ?

2. Objectifs de la dissémination des contenus

- Quel réseau social choisir ? Un ou plusieurs ?
- Identité numérique et charte éditoriale
- Construire la présence de la médiathèque / communication de la médiathèque

3. Connaître les réseaux sociaux

- Quel réseau social utiliser / aux publics ? (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat)
- Pour chaque réseau social détaillé, exemples d'usages possibles / médiations

4. Concevoir une ligne éditoriale des médiathèques

- Une présence sur les réseaux sociaux concertée avec le service communication
- Différence entre communication et médiation numérique (interactions avec publics)

Conclusion

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Alternance d'apports théoriques et méthodologiques, avec étude de cas et exercices pratiques.

SUPPORTS FOURNIS AUX STAGIAIRES

- Documentation powerpoint et liste de ressources.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Questionnaire d'évaluation et remise d'attestation de fin de stage.

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Durée totale : 2 jours (14 heures)
Coût du stage par participant : 600 € HT

CALENDRIER

Nous contacter

ATELIER DE LECTURE À VOIX HAUTE EN STUDIO D'ENREGISTREMENT

En partenariat avec Europe 1

2 jours
14 heures
750 €HT
Paris

PUBLIC CONCERNÉ

Profil professionnel des stagiaires : auteurs de l'écrit

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de cette formation, les participants seront en mesure de :

- apprendre les bases de la lecture à voix haute : techniques de lecture, travail de la voix
- apprendre à rendre sa lecture vivante (mise en sens du texte…)
- appréhender les contraintes d'un enregistrement en studio

PROGRAMME

1. Exercices de travail de la voix sous la direction d'un comédien/coach de voix

2. Exercices d'enregistrement de textes en studio avec écoute critique du coach et des auteurs participants

- Enregistrement en studio dans les conditions réelles d'enregistrement de livre audio, avec un producteur audio (remise d'une démo)

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Atelier de mise en pratique

SUPPORTS FOURNIS AUX STAGIAIRES

- Remise d'une démo et enregistrement dans les studios d'Europe 1 dans des conditions professionnelles

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Questionnaire d'évaluation et remise d'attestation de fin de stage

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Durée totale : 2 jours (14 heures)
Coût du stage par participant : 750 € HT
(minimum 5 participants)

LIEU DE FORMATION

Paris

CALENDRIER

Nous contacter

LA FABRIQUE À RECITS : ATELIER DE CRÉATION D'UN LIVRE AUDIO-NUMÉRIQUE

Avec cinq5

1,5 jours
10 heures
600 €HT

PUBLIC CONCERNÉ

Profil professionnel des stagiaires : tous publics

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de cette formation, les participants auront découvert :

- les techniques de base d'écriture d'une histoire de quelques pages
- les bases de la lecture à voix haute en studio d'enregistrement : techniques de lecture, travail de la voix, spécificités d'un enregistrement en studio
- les bases de la captation sonore
- les techniques de montage d'un livre audio en studio

À l'issue de l'atelier, les participants repartiront avec le livre audio qu'ils auront réalisé lors de celui-ci.

PROGRAMME

1. Exercice de travail d'écriture avec l'aide d'un animateur/auteur

2. Exercice d'enregistrement en studio sous la direction d'un comédien/coach de voix

3. Exercice de captation sonore avec l'aide d'un ingénieur du son

4. Exercice de montage d'un livre audio avec l'aide d'un ingénieur du son

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Atelier de mise en pratique, techniques de créativité

SUPPORTS FOURNIS AUX STAGIAIRES

- Remise du texte écrit et de l'enregistrement audio monté

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Questionnaire d'évaluation et remise d'attestation de fin de stage

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Durée totale : 1,5 jours (10 heures)
Coût du stage par participant : 600 € HT
(minimum de 5 participants - maximum 10)

CALENDRIER

Nous contacter

LIVRE POP-UP

FORMATION STANDARD	FORMATION PERSONNALISÉE
5 jours	7 jours
35 heures	49 heures
1 750 €HT	2 450 €HT

PUBLIC CONCERNÉ

Profil professionnel des stagiaires : auteurs, illustrateurs, professionnels de l'image.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de cette formation, les participants seront en mesure de :

- maîtriser plusieurs techniques de Pop-up afin de poursuivre de façon autonome la création de ses propres livres/cartes animées
- posséder des connaissances théoriques, des références

PROGRAMME

1. Partie théorique

Historique du pop-up, références artistiques, les différents genres de livres animés, le pré-presse, l'impression, l'édition d'ouvrages pop-up…

2. Partie pratique

- Exercices pratiques de réalisation de cartes/maquettes animées afin de découvrir plusieurs types de pop-up (bases du pop-up, formes variées, tirettes, languettes, kirigami, roues et autres systèmes…)

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apport de connaissances à travers une présentation illustrée de nombreux exemples. Exercices pratiques sur différents types de Pop-up

SUPPORTS FOURNIS AUX STAGIAIRES

- Documentation pdf et documentation powerpoint

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Selon l'assimilation aux exercices pratiques

La formation d'approfondissement/d'aide personnalisée Pop-up a lieu en 2 temps :

- 2 jours pour découvrir les techniques de Pop-up puis une coupure d'une semaine de réflexion,
- 5 jours d'aide personnalisée aux projets personnels des participants.

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Formation standard

Durée totale : 5 jours (35 heures)
Coût du stage par participant : 1 750 € HT

Formation personnalisée

Durée totale : 7 jours (49 heures)
Coût du stage par participant : 2 450 € HT

CALENDRIER

Nous contacter

RÉFÉRENCES

INTERVENTIONS EN UNIVERSITES ET GRANDES ÉCOLES

"Le crowdfunding dans le secteur culturel"
Master 2 photographie, Université Paris 8 (depuis 2016), IEP Strasbourg - Master Politique et gestion de la Culture (depuis 2014, 4 heures)

"Le livre audio : état des lieux en France"
Unistra- Master Edition (depuis 2014, 3 heures)

"Gérer un projet d'édition numérique"
UHA Master Communication et Multimédia (depuis 2014, 20 heures)

" Edition et culture numérique"
Master Marketing et Management des industries créatives - ISC Paris (depuis 2010, 15 heures)

"Culture Numérique"
MBA Management culturel et artistique – ISC Paris (depuis 2016, 15 heures)

"Réseaux sociaux, community management et e-réputation"
IEF Strasbourg (depuis 2013, 24 heures)

"Le livre audio, la lecture à voix haute et la littérature francophone "
devant les étudiants du Département de "French and Romance Langage" (30 avril 2015, Université de Pomona, Californie, États-Unis).

TABLES RONDES

"Nouveaux supports, nouvelles diffusions : le livre audio, le livre jeux, le livre en ligne"
(Les Ateliers de la librairie francophone, juillet 2018)

"Organisation de la journée interprofessionnelle du livre audio"
(Printemps du livre audio, SGDL, juin 2018)

"The Future of Comics"
(Alliance Française de Dublin, mai 2018)

"Webcréation : livre et son"
(Festival Anima, PILEn, Bruxelles, février 2018)

"Le crowdfunding, une chance pour la culture ?"
(Forum Entreprendre dans la culture Grand Est, octobre 2017)

"Le livre audio, l'autre voix d'un livre ?"
(Congrès de l'ABF, juin 2017)

"Le livre audio, chaînon manquant entre imprimé et numérique ?"
(Ecole Estienne, mars 2017)

"Le livre audio dans l'espace transfrontalier"
(Livre Paris, Région Grand Est, mars 2017)

"Édition et droit d'auteur à l'heure du numérique"
(Centre Culturel Numérique, novembre 2016, modération)

"Les plaisirs de la table" et "L'assiette du futur"
(Franco-Irish Literary Festival, Alliance Française de Dublin, 9 et 10 avril 2016)

"Regards croisés France-Belgique sur le livre audio à l'heure du numérique"
(Foire du Livre de Bruxelles/PILEn, 18 février 2016, modération)

"La prescription à l'heure du numérique"
(Le Transfo, novembre 2015)

"Du crowdsourcing au crowdfunding, 1001 façons d'impliquer un lecteur dans la chaîne du livre"
(Europe Refresh, PILEn, Bruxelles, 10 octobre 2015, modération)

"Crowdfunding pour l'édition, une étape bientôt obligée ?"
(Foire du Livre de Bruxelles, février 2015, modération)

"Financement participatif, ce qu'il faut savoir avant de se lancer"
(PILEn, partenariat interprofessionnel du livre et de l'édition numérique, Bruxelles, juin 2014)

"Le crowdfunding dans le secteur culturel"
(Centre de Culture Numérique, Strasbourg, décembre 2014, modération)

"Les bibliothèques comme acteurs de la chaine du livre"
(Confédération de l'illustration et du livre, octobre 2014, modération)

"Numérique et proximité, le territoire, ce laboratoire d'innovations"
(Confédération de l'illustration et du livre, octobre 2014)

"Crowdfunding et édition"
(ARL PACA, septembre 2014)

"Edition numérique : la demande du public et l'offre des éditeurs"
(Centre de Culture Numérique, Strasbourg, janvier 2014)

À PARAÎTRE

"Le crowdfunding"
(PUF - Collection Que Sais-je)

FORMATEURS

Cécile Palusinski



Directrice de Numered Conseil

Après 5 ans d'expérience dans le domaine de l'audit et de la finance, Cécile Palusinski rejoint le secteur culturel en 2000. Elle effectue une partie de son parcours en galerie d'art où elle collabore avec des collectivités publiques (Conseil de l'Europe, Consulat général de la Fédération de Russie) et des structures privées (Groupe Allianz, The Modern, MoMA, Museums-Pass-Musées). Depuis 2009, elle est Présidente de l'association La Plume de Paon qui œuvre en faveur du développement du livre audio. À partir de 2010, elle intervient sur « Les enjeux du numérique dans le secteur culturel », en particulier sur le crowdfunding et la communication numérique, dans plusieurs grandes écoles et universités.
En 2013, elle crée l'agence de formation et de conseil NUMERED CONSEIL dédiée aux professionnels de la culture confrontés à la mutation numérique. Elle est l'auteur de plusieurs ouvrages, dont des romans et des livres jeunesse, et travaille actuellement sur un projet de livre numérique enrichi NORD SUD, avec les illustratrices Elsa Mroziewicz et Saba Niknam.

Laurent Hentz



Laurent Hentz travaille depuis 2007 dans le domaine de l'édition numérique et des médias. Après deux années chez M21 Editions et sa communauté d'auteur Cluster21, il se lance en indépendant dans le conseil pour les professionnels de l'écrit. Il continue la conception de livres numérique et créé en 2012 Numipage afin d'accompagner au mieux les professionnels de l'écrit dans leur transition vers le numérique.

Elsa Mroziewicz



Elsa Mroziewicz est artiste papier et illustratrice. Elle a étudié à la HEAR à Strasbourg.
Elle illustre des livres pour les grands et les petits, et réalise des livres-animés (Pop-up).
En 2013 elle remporte le Prix du BEST INTERACTIV BOOK de la ART BOOK WANTED à Prague. Elle collabore également avec le bureau de talents & d'idées N+CO pour son travail du papier.
Elsa s'intéresse également à la bande-dessinée et aux expérimentations de livres numériques enrichis. Elle donne des formations sur le Livre Pop-up, et sur les logiciels de PAO (Photoshop/InDesign).

Esther Leneman



Journaliste et productrice radio, Esther Leneman travaille depuis des années sur les rapports entre l'écrit et l'oral. De son expérience de journaliste à la BBC et Europe 1, elle a retenu une pratique de l'écriture conçue pour être lue à haute voix.
En tant que journaliste, elle a couvert, pendant près de 30 ans, l'actualité internationale. Devenue productrice et présentatrice, elle a crée et présenté sur Europe 1 des émissions consacrées à la littérature : "Un livre pour la nuit" et "Un livre pour l'été". Elle a aussi crée et présenté une série d'émissions magazine avec des enfants "Les Petites Voix".
Née à Paris, elle a démarré sa carrière à la BBC avant de rejoindre Europe 1. Diplômée de l'École de journalisme de l'Université de Columbia à New York, elle a fait à Paris une maîtrise de littérature américaine et de psychologie.
Aujourd'hui, elle enseigne et anime des ateliers et rencontres littéraires.

Alain Walther

Après avoir été journaliste - radio, presse écrite et magazine - spécialisé dans le domaine culturel, puis responsable communication et action culturelle (rencontres littéraires, débats, concerts, expositions et ateliers nouvelles technologies) à la Fnac Strasbourg, Alain Walther est, depuis 2015, conseil en communication et en médiation numérique, auprès de structures et d'acteurs culturels. Il est par ailleurs chargé d'enseignement à l'Université de Strasbourg, où il donne des cours de médiation numérique dans deux masters : « Master APAS ID/santé et handicap » à la Faculté des Sciences du Sport et dans le Master transfrontalier « Métiers de l'édition » à la Faculté des Lettres.

Franck Queyraud



Franck Queyraud est bibliothécaire territorial. Il est actuellement en charge des médiations numériques pour les médiathèques de l'Eurométropole de Strasbourg. À ce titre, il développe un dispositif de formations internes et d'éditorialisation des contributions des bibliothécaires strasbourgeois nommé Devenir Contributeur : outil de mise en pratique d'une politique de médiation numérique en bibliothèque.
Actif sur les réseaux sociaux depuis plus de 10 ans, sous le nom de Mémoire2silence, formateur et militant au sein des associations professionnelles de bibliothécaires, il s'intéresse à tout ce qui permet de transmettre savoirs et connaissances à l'ère numérique (outils, usages ou communautés). Il est également membre de wikimédia et contributeur depuis 2005.
Il a coordonné le livre *Outils du web participatif en bibliothèque* (Médiathèmes- ABF) dont une seconde édition est parue en 2014. Il anime une rubrique « Archipels du numérique » consacrée aux écritures et lectures numériques sur le site culturel diacritik.com.

NUMERED
CONSEIL

14 rue du Maréchal Foch
67460 Souffelweyersheim

Tél. : 06 81 11 06 46

2exMa web mobilité vidéo print