


SP4 COMMUNICATION & DESIGN GRAPHIQUE

TITRE RNCP : DIRECTEUR ARTISTIQUE ET DE LA CRÉATION

SP5

PROGRAMME EN 24 MOIS CERTIFIÉ PAR L'ÉTAT NIV. 7
910 HEURES | 120 CRÉDITS ECTS | EFFECTIF GROUPE : 15 MIN - 39 MAX
CODE RNCP 31993 | CODE DIPLÔME 16X32101
TAUX D'INSERTION PROFESSIONNELLE - 85%* | TAUX DE DIPLÔMATION - 95%
ACCESSIBLE AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP 

ALTERNANCE EN 24 MOIS

SP4 INITIAL

ADMISSION PARALLÈLE SP5 ALTERNANCE

ADMISSION PARALLÈLE SP5 EN INITIAL

BORDEAUX - LYON

21 100 €

9 800 €

10 800 €

10 300 €

PARIS

21 450 €

9 950 €

10 950 €

10 450 €

Chargé-e de la conception visuelle de solutions de communication, le-la Designer Graphique est le garant de la désirabilité des marques. Il-elle élabore les stratégies créatives en tenant compte de l'usage des utilisateurs, en réponse aux objectifs d'un client. C'est un-e créatif-ve 360° capable d'élaborer des concepts et de les développer sur différents supports (physiques ou digitaux). C'est un profil recherché par tous types d'entreprises. Cette formation en communication et design graphique est destinée aux étudiant-e-s débutant-e-s en création, issu-e-s d'un premier parcours en marketing et en management d'entreprise ou en communication. Elle permet d'acquérir de solides compétences techniques et artistiques pour piloter la mise en œuvre d'une communication visuelle lisible et mémorable, de la prise de brief à la production.

— OBJECTIFS, COMPÉTENCES & APTITUDES

> Analyser un marché et l'environnement concurrentiel d'une marque

Étudier les enjeux stratégiques et business d'une marque. Réaliser des benchmarks, analyser les tendances créatives et les univers visuels de marques. **Mettre en œuvre et analyser la veille créative et stratégique.**

> Analyser la demande du client

Analyser la stratégie du commanditaire et identifier ses besoins pour proposer des axes créatifs et rédiger le cahier des charges : contexte, enjeux stratégiques, enjeux RSE, problématique, objectifs business, spécifications techniques et organisationnelles (budget, planning).

> Élaborer le concept créatif et proposer des solutions créatives

Savoir répondre au cahier des charges, exprimer une idée en images, concevoir des systèmes visuels et proposer des pistes et des axes de communication, **et enfin élaborer des projets créatifs à partir d'axes artistiques définis.**

> Élaborer les supports de communication adaptés

Choisir et appliquer à l'aide d'outils appropriés les codes visuels en fonction de l'impact souhaité sur tous les médias adaptés.

> Piloter la production de la stratégie créative et la mise en œuvre de la création visuelle

Dans le respect des contraintes budgétaires et des délais sur l'ensemble des supports de communication identifiés (physiques ou numériques) avec des équipes pluridisciplinaires, sélectionner les partenaires et prestataires pertinents. Défendre et argumenter ses partis-pris et préconisations.

> Maîtriser les outils de la création et comprendre leurs usages

Suivre et connaître les évolutions techniques et leur impact sur la culture graphique, pour les utiliser comme source de créativité.

> Manager un projet et une équipe pluridisciplinaire

Collaborer, décider voire diriger sont des aptitudes professionnelles que les étudiant-e-s expérimentent au quotidien dans de nombreux enseignements lors de travaux pratiques, d'ateliers et de mises en situation afin d'apprendre à manager une équipe et une entreprise.

EN SAVOIR PLUS

Rentrée en Septembre

Rythme : 1 semaine de cours / 3 semaines en entreprise pendant 24 mois à partir de septembre.

Rentrée en Février — UNIQUEMENT À LYON

Rythme : 1 semaine de cours / 3 semaines en entreprise pendant 18 mois à partir de février.

Pré-requis

Justifier d'un Bac+3 validé (180 ECTS) ou, pour une admission parallèle, d'un Bac+4 (240 ECTS), d'une certification de niveau 6 ou équivalent, prioritairement dans les domaines de la création artistique, de la communication, du marketing et de satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement (ou équivalent s'il s'agit d'un-e candidat-e étranger).

Notre valeur ajoutée

Accompagnement professionnel

Le service des relations entreprises aide les étudiant-es à trouver leur alternance ou leur stage (alterné). Il-Elles bénéficient aussi d'un accompagnement personnalisé avec des coachings CV et lettres de motivation.

Immersion

Le programme est axé sur la mise en situation immersive et sur les formats innovants qui rythment chaque année de M1/M2 (Conférences, visites, bootcamp, hackathon, masterclass).

Des intervenant-e-s de qualité

Les cours sont tous animés par des professionnel-les du secteur de la communication, du marketing ou de la création. La pédagogie permet la mise en application des connaissances.

Blocs de compétences de la certification

Bloc 1 – Analyser la stratégie du commanditaire et identifier ses besoins pour proposer des axes créatifs.

Bloc 2 – Élaborer des projets créatifs à partir d'axes artistiques définis.

Bloc 3 – Mettre en œuvre et analyser la veille créative et stratégique.

Bloc 4 – Piloter la production de la stratégie créative.

Bloc 5 – Manager une équipe et une entreprise.

– ENSEIGNEMENTS PRINCIPAUX

Enseignements de Première Année (SP4)

455H - 60 ECTS

- Stratégie créative
- Culture graphique & publicitaire
- Studio graphique & typographie
- Conception & Direction Artistique
- Brand Content
- Outils et techniques créatives / PAO
- Production audiovisuelle (Vidéo et Motion Design)
- Studio de création
- UX/UI & Design d'interfaces
- Gestion de projet
- Droit de l'image et de la création
- Actualités et veille créative
- Pitcher son projet
- Book
- Anglais

Enseignements de Deuxième Année (SP5)

455H - 60 ECTS

- Management de projets créatifs
- Design graphique & identité
- Design Graphique & édition
- Séminaire photo et set design
- Contenu & communication éditoriale
- Campagne créative
- Séminaire UX/UI
- Production audiovisuelle
- Projet entrepreneurial

– PLUS PÉDAGOGIQUES ET ÉVALUATIONS

L'obtention du diplôme se fait par l'obtention de 120 ECTS par différentes modalités d'évaluation (étude de cas, mise en situation, questionnaire...). Un temps en entreprise est également requis.

Compétitions

Il s'agit d'une mise en situation professionnelle. Pendant deux semaines, nos apprenant-e-s travaillent sur un brief client réel présenté par l'agence et/ou l'annonceur pour répondre à une problématique stratégique, marketing ou créative. Ce travail transversal est réalisé collectivement avec une répartition des attendus en fonction des compétences, sous forme de proposition d'agence.

Book day

En fin d'année, les étudiant-e-s présentent leur book à des professionnel-le-s du secteur. Le Book Day est un véritable entretien-tremplin qui permet aux étudiant-e-s créatif-ve-s de se distinguer et se faire remarquer, avant même leur arrivée sur le marché de l'emploi.

Le projet professionnel : Créer sa start-up

Les apprenant-e-s constituent des groupes de projet mixtes entre les différentes spécialités afin de mener à bien ce fil rouge. Vous aurez un an pour acquérir les connaissances entrepreneuriales nécessaires afin de créer votre propre start-up fictive. Ceux ou celles qui le désireront, auront la possibilité d'intégrer l'incubateur Omnes Education pour être accompagné afin de déployer réellement leur concept.

– MÉTIERS ET PERSPECTIVES DE CARRIÈRE

(Salaire indicatif à l'embauche : 26 - 36k€)

- Designer Graphique
- Illustrateur-riche
- Maquettiste
- Webdesigner
- Responsable d'un studio de création
- Chargé-e de communication
- Directeur-riche artistique