

Réussir sa commande en design graphique

Dans un monde saturé d'images, de signes et de textes, le processus de la commande en design graphique doit pouvoir s'arrimer à une méthodologie maîtrisée pour répondre efficacement aux besoins du commanditaire.

En détaillant chronologiquement les différentes étapes d'une commande, cette formation permettra d'appréhender les jalons de sa préparation comme les modes de gestion et de suivi de sa réalisation, gages d'une collaboration qualitative et durable entre le designer graphique et son commanditaire.

Bulletin d'inscription
sur www.cipac.net
Renseignements:
formation@cipac.net
01 44 79 10 85

Siret 415 293 208 00054
Organisme de formation
no 11 75 39734 75
Référéncé au Datadock
TVA non applicable
en vertu de l'article 261-4°-4°-a
5° alinea du CGI

PUBLICS

Cette formation s'adresse aux directeurs, aux responsables de la communication et à toutes personnes ayant à travailler en collaboration avec des designers graphiques.

DOMAINES DE COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES

- Communication
- Développement et stratégie
- Coordination de projets artistiques

PRÉ-REQUIS

Professionnels d'au moins un an d'expérience dans les domaines de compétences visés.

FORMACODE® : 46341

MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES ET D'ENCADREMENT

- Transmission de documents pédagogiques (déroulé de formation, références bibliographiques, outils de travail...).
- Observation de cas pratiques.
- Supports vidéo projetés.

ATTESTATION DE FORMATION

Il sera demandé au stagiaire de signer une feuille d'émargement par demi-journée. Une attestation de formation lui sera remise à l'issue du programme s'il en a suivi l'intégralité avec assiduité.

MÉTHODE D'ÉVALUATION

Afin de déterminer si le stagiaire a acquis les connaissances ou les gestes professionnels précisés par les objectifs du programme, il complètera une évaluation des acquis de la formation. Un questionnaire de satisfaction lui sera également soumis.

EFFECTIFS FORMÉS

Cette formation est organisée pour un effectif maximal de 15 stagiaires.

CONTENU

1/ Introduction

- La diffusion du design graphique en France : repères
- Enjeux du design graphique dans les projets artistiques et culturels.
- Enjeux du design graphique pour une structure culturelle.

2/ Le design graphique et la chaîne graphique

- Caractéristiques de la prestation d'un designer graphique.
- Les acteurs de la chaîne graphique.
- Champs d'application du design graphique.

3/ La construction de la collaboration

- L'identification des besoins.
- La formulation de la commande : la définition de la prestation attendue.
- La consultation des professionnels.
- L'évaluation des propositions.
- La valorisation de la collaboration.

4/ Le cadre de la réalisation

- Le budget d'un projet de communication visuelle.
- Spécificités des appels d'offre publics.
- Les caractéristiques de la facturation des prestations graphiques.
- Le respect des droits de propriété industrielle et des droit d'auteur.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de cette formation, le stagiaire sera en mesure de :

- Maîtriser les étapes clefs de la commande de design graphique.
- Élaborer un cahier des charges adapté à ses enjeux et besoins.
- Gérer la réalisation de la commande en design graphique.

FORMATRICE

Véronique Marrier • Cheffe du service design graphique au Centre national des arts plastiques.

INFORMATIONS PRATIQUES

Dates : jeudi 13 et vendredi 14 juin 2024

Durée : 2 jours, soit 14 heures de formation au total

Frais de formation : 750 euros coût net

Horaires : 10h-13h et 14h-18h

Lieu : Paris-République