



Graphisme et processus de création

Cette formation peut être offerte de différente façon :

Théorique à distance avec enseignant en direct (synchrone)	X
Théorique à distance avec support via courriel (asynchrone)	
Théorique sur place	
Formation pratique sur place	

Objectif de la formation :

Le but de cette formation est d'acquérir des connaissances de base en design graphique et à son processus de création et de réalisation infographique.

Durée de la formation : 30h

Individuelle ou en groupe selon les départements dans l'entreprise (Maximum de 4 personnes).

Plan de cours :

Ce plan de cours est à titre indicatif. Il est possible de l'adapter selon les besoins des participants.

➤ Principe et éléments de base du design graphique et infographie (12h)

- La typographie : la lettre, le mot, la ligne, le texte, l'édition
- L'image : la photographie, l'illustration ou la schématisation, le symbolisme et l'exercice de style
- La composition : la grille de base, le système de composition de la mise en page, le trajet visuel
- La couleur : la technique de reproduction, le tableau de représentation, la couleur imprimée comparée à la couleur à l'écran, les chartes et outils
- La technique : comment reproduire vos créations, la reprographie
- La forme et le format : l'application en deux et trois dimensions
- L'incursion dans la conception : le remue-méninges (brainstorm)



- Développement de connaissances pratiques en graphisme (6h)
 - Les principales techniques de reproduction et le rapport de rentabilité : la qualité, le coût, la quantité, le concept et la durée de vie du document
 - La créativité : le pourquoi et le comment, le diaporama interactif
 - L'infographie : le logiciel comparé à vos besoins, le tour d'horizon, le choix et le coût
 - Les principes fondamentaux en communication (Marshall MacLuhan)

- Application du processus de création par des exercices et projets (6h)
 - **L'exercice.1** : analyser et critiquer professionnellement un document
Suggéré : un logo, une affiche, une mise en page
 - **L'exercice.2** : Définir et appliquer les objectifs de communication du client
Suggéré : à partir d'un cas réel et concret choisi par l'élève ou le formateur
 - **L'exercice.3** : créer de toute pièce ou rafraîchir une image de marque (Nom, dénomination et symbole graphique)
Suggéré : à partir d'un cas réel, créer sa propre image de marque ou celle d'une autre entreprise

- Projet individuel choisi par l'apprenti ou suggéré par le formateur
 - Suivi et accompagnement
 - Direction artistique et piste d'orientation; aide technique et ressources
 - Cheminement de l'évolution d'un projet de A à Z (voir document adm.)

À la fin de la formation, le participant sera en mesure d'avoir un regard professionnel et d'appliquer une analyse critique structurée face à tout type de documents visuels imprimés ou informatisés, que ce soient ses productions ou celles des autres. Qu'un concept utilise un canal de communication ou un autre, il ou elle sera en mesure d'en faire la création, la réalisation partielle ou totale et l'analyse fine afin d'en améliorer le résultat ou de demander les correctifs aux professionnels spécialisés de la chaîne graphique ou les intervenants de média traditionnels ou actuels.

Créer ses propres concepts lui donnera une réelle expérience qui orientera sa compétence tout en confrontant les limites de la technique et de la créativité, qui elle, est sans limites ou presque. **L'art et la manière** de combiner : mots, images et couleurs dans une création qu'il ou elle a orchestrée.

**Un questionnaire-diagnostic suivra lors de l'inscription pour connaître votre niveau de connaissance sur les logiciels en dessin et vos acquis en communication, permettant ainsi de personnaliser cette formation pour qu'elle atteigne nos objectifs communs.*

Bonne réflexion!