

# « Digital Community Manager »

## Animateur de Communautés Digitales

**21 jours**  
**soit 147 heures**

réf. : cm21

### Objectifs

À l'issue de la formation, le candidat est capable de piloter l'activité communication de l'entreprise sur les réseaux sociaux. Il est le référent digital de son entreprise. Il fédère une communauté d'internautes autour d'une marque ou d'un produit, assure la veille technologique, est présent sur les sites, blogs ou forums en rapport avec l'activité de l'entreprise, analyse les informations et propose des actions et des solutions aux problématiques rencontrées. Il est garant de l'image de l'entreprise sur les réseaux sociaux et veille à l'e-réputation de l'entreprise sur le web.

### Public

Toute personne souhaitant optimiser son employabilité par des compétences transversales, Responsable de communication, Responsable marketing, Chef de projet Web en agence ou chez l'annonceur, Attaché de presse et toute personne désirant apprendre et décrypter les codes du management de communauté sur Internet, Community Manager en prise de fonction.

### Niveau requis

Maîtriser la micro-informatique et avoir une bonne pratique de l'Internet.

### Pédagogie

- Apports théoriques étayés par de nombreux exercices pratiques
- Console individuelle
- Contrôle permanent des acquis
- Supports de cours
- Evaluation par questionnaire en ligne en fin de stage
- Attestation de fin de stage
- Assistance post-formation
- Formateurs intervenants professionnels et expérimentés maîtrisant les techniques professionnelles
- Mise en application pratique et réalisation d'actions concrètes à travers soit d'un stage alterné soit de projets alternés tutorés

### MODULE 1

#### Développement de sites WEB

##### HTML, Le Langage du Web (1 jour / 7 h)

- Le code HTML
- Créer une page HTML
- Insérer des images et des medias dans une page
- Mettre en page avec les tableaux
- Définir la navigation avec les liens hypertextes
- Créer l'interactivité avec les formulaires
- Fragmenter les fenêtres avec les cadres
- Découvrir les feuilles de style (CSS)

##### DreamWeaver, Création de Sites Web (1 jour / 7 h)

- Présentation générale du logiciel
- Les Balises
- Compatibilité
- Gestion du site
- Les outils avancés

##### Joomla, Créez un Site Web en 1h (4 jours / 28 h)

- C'est quoi Joomla ?
- Administration du site
- Evolution du site
- Personnalisation
- Optimisation du site
- Les différents modules et extensions, notamment paiements en ligne
- La communauté Joomla

##### PHP-MySQL, Le Langage Web Dynamique (2 jours / 14 heures)

- Découverte du langage PHP
- .../...

- .../...
- La syntaxe PHP
- Les méthodes de gestion du contexte applicatif
- Les bases de données
- Création d'un CMS (système de gestion de contenu)

##### WordPress, Déployez un Site Web Professionnel (1 jour / 7 heures)

- C'est quoi WordPress ?
- La gestion du contenu
- La publication d'articles et de pages
- Les outils nécessaires
- La structure WordPress
- La modification d'un thème et extension (plugin)

##### Référencement Optimum (1 jour / 7 heures)

- Prévoir son référencement : la méthodologie
- Le référencement dès la conception
- Lancer et optimiser son référencement le suivi
- L'environnement Google

### MODULE 2

#### Communication Visuelle

##### PhotoShop, Retraiter une image (2 jours / 14 h)

- Environnement
- Préparation de l'image
- Traitement des couleurs
- Travail et sélection sur l'image
- Correction de l'image
- Création d'effets spéciaux
- Impressions et séparations

.../...

# « Digital Community Manager »

## Animateur de Communautés Digitales

**21 jours**  
soit 147 heures  
réf. : cm22

### Objectifs

À l'issue de la formation, le candidat est capable de piloter l'activité communication de l'entreprise sur les réseaux sociaux. Il est le référent digital de son entreprise. Il fédère une communauté d'internautes autour d'une marque ou d'un produit, assure la veille technologique, est présent sur les sites, blogs ou forums en rapport avec l'activité de l'entreprise, analyse les informations et propose des actions et des solutions aux problématiques rencontrées. Il est garant de l'image de l'entreprise sur les réseaux sociaux et veille à l'e-réputation de l'entreprise sur le web.

### Public

Toute personne souhaitant optimiser son employabilité par des compétences transversales, Responsable de communication, Responsable marketing, Chef de projet Web en agence ou chez l'annonceur, Attaché de presse et toute personne désirant apprendre et décrypter les codes du management de communauté sur Internet, Community Manager en prise de fonction.

### Niveau requis

Maîtriser la micro-informatique et avoir une bonne pratique de l'Internet.

### Pédagogie

- Apports théoriques étayés par de nombreux exercices pratiques
- Console individuelle
- Contrôle permanent des acquis
- Supports de cours
- Evaluation par questionnaire en ligne en fin de stage
- Attestation de fin de stage
- Assistance post-formation
- Formateurs intervenants professionnels et expérimentés maîtrisant les techniques professionnelles
- Mise en application pratique et réalisation d'actions concrètes à travers soit d'un stage alterné soit de projets alternés tutorés

...suite

### MODULE 2 Communication Visuelle

#### **InDesign, La Bonne Mise en Page (2 jours / 14 heures)**

- Présentation de InDesign
- Manipulation de texte
- Graphismes et couleurs
- .../...

#### **Illustrator, Pour des Images Vectorielles (2 jours / 14 h)**

- L'environnement
- Le dessin
- Enrichir les objets
- Le texte
- Gestion d'objets
- Les graphiques
- La couleur
- .../...

#### **Movie Maker, Le Montage Vidéo opérationnel (1 jour / 7 h)**

- Principe de base du montage vidéo
- Acquisition vidéo
- Les transitions
- .../...

#### **Animation pour le Web (1 jour / 7 h)**

- Les outils Online
- Les bibliothèques javascript
- Les applications dédiées
- Mise en œuvre de cas pratiques
- .../...

### MODULE 3 WEB Marketing Digital

#### **Réseaux Sociaux, Les Stratégies Gagnantes**

##### **(1 jour / 7 heures)**

- Comprendre les médias sociaux
- Utiliser professionnellement les réseaux sociaux
- La réussite est toujours collective : construisez votre équipe
- .../...

#### **Google Apps, Les Outils**

##### **(1 jour / 7 heures)**

- Gmail
- Les Outils Google+
- Les mesures spécifiques aux médias sociaux (insights, taux d'engagement, likes...)
- Google Analytics

#### **Emailing, La Promotion**

##### **Dynamique**

##### **(1 jour / 7 h)**

- Concevoir une stratégie de mail marketing
- Savoir choisir un outil de mailing
- Le contenu
- L'envoi
- .../...