CATALOGUE
FORMATION

Communication Digitale IA

CRÉER • STRATÉGIE • AUTOMATISER • PERFORMER

25 jours
175 h



- RÉSEAUX SOCIAUX
- COPYWRITING & GEO-SEO
- DESIGN & VISUELS
- AUTOMATISATION
- ANALYSE & DATA

CRÉE.
COMMUNIQUE.
AUTOMATISE.
PERFORME.

mandyben formation

PARCOURS CERTIFIANT · MODULE BC2

Communication Digitale IA

12 formations courtes et opérationnelles pour intégrer l'intelligence artificielle et les outils du digital dans votre métier.

168 heures - 25 jours | **RNCP 42140 · ÉLIGIBLE CPF**



100% PRÉSENTIEL
146 rue Paradis · 13006 Marseille

OU EN VISIO EN DIRECT
Formateur live · le même programme, à distance

12 FORMATIONS · 3 DOMAINES

1 · Marketing digital & Communication — 4 modules · 42h

Gestion de projet digital	7h	Les bases du Web-marketing	7h
Brand Content	7h	Les réseaux sociaux	21h

2 · Intelligence Artificielle & Communication — 4 modules · 77h

Initiation à l'IA & ChatGPT	7h	Créer des contenus avec l'IA générative	28h
Créer des vidéos avec l'IA	28h	Claude par Anthropic - avancé	14h

3 · Web & Vibe coding — 4 modules · 56h

Les nouvelles technologies	7h	Créer du code avec l'IA - n8n & automatisation	7h
Créer son site WordPress avec l'IA	28h	SEO · SEA · SEM - référencement & Ads	14h

BLOC BC02

Concevoir les éléments graphiques d'une interface et de supports de communication - Titre Professionnel **Concepteur Designer UI**, RNCP42140BC02 - Contribuer à la gestion et au suivi d'un projet de communication numérique

PLACES LIMITÉES - INSCRIVEZ-VOUS DÈS MAINTENANT

contact@mandyben.com · www.mandyben-formation.com · 146 rue Paradis, Marseille

PRISE EN CHARGE
CPF · France Travail · OPCO · autofinancement...

Cette offre de formation est éligible à MON COMPTE FORMATION



TITRE PROFESSIONNEL

MANDYBEN FORMATION

CONCEPTEUR DESIGNER USER INTERFACE

TITRE PROFESSIONNEL – RNCP42140 – NIVEAU 6

CERTIFICATION	CERTIFICATEUR	ORGANISME
TP Concepteur designer User Interface	Ministère chargé de l'Emploi	Mandyben Formation – Marseille

NIVEAU	PARCOURS CERTIFIANTS	ÉCHÉANCE RNCP
6	À compter du 13 juillet 2026	12 juillet 2027

PRÉSENTATION

Formation professionnalisante permettant de concevoir des interfaces et supports de communication numériques, de contribuer à une stratégie de communication digitale et de réaliser, améliorer et animer des sites web.

OBJECTIFS

- Concevoir des visuels, interfaces, prototypes, animations et supports de communication.
- Contribuer à la gestion d'un projet de communication numérique et mettre en œuvre une stratégie webmarketing.
- Réaliser et optimiser des sites web en intégrant UX, accessibilité, performance et bonnes pratiques du web.

PUBLIC ET PRÉREQUIS

Public : personnes souhaitant se professionnaliser ou se reconvertir dans l'UX/UI, le webdesign, la communication digitale, la création graphique ou le web.

Prérequis : aucun prérequis réglementaire spécifique. Une maîtrise courante de l'informatique et du web est recommandée. Un positionnement préalable vérifie l'adéquation du parcours au projet du candidat.

COMPÉTENCES ET BLOCS DE CERTIFICATION

CCP 1

RNCP42140BC01

- Réaliser des illustrations, graphismes et visuels.
- Concevoir des interfaces graphiques et des prototypes.
- Réaliser des animations et des supports de communication.

CCP 2

RNCP42140BC02

- Contribuer à la gestion et au suivi d'un projet de communication numérique.
- Mettre en œuvre une stratégie webmarketing.
- Assurer une veille professionnelle et développer les compétences collectives.

CCP 3

RNCP42140BC03

- Intégrer des pages web.
- Adapter des systèmes de gestion de contenus (CMS).
- Optimiser en continu un site web ou une interface.

PROGRAMME SYNTHÉTIQUE

1 **Design graphique :**
brief, composition, typographie, couleurs, identité visuelle, création et traitement de visuels.

2 **UX/UI & prototypage :**
ergonomie, parcours utilisateur, wireframes, maquettes responsives, prototypes, tests et accessibilité.

3 **Animation :**
narration visuelle, création, optimisation et export d'animations et médias.

4 **Communication & webmarketing :**
cibles, canaux, stratégie digitale, SEO, contenus, statistiques et veille.

5 **Web & CMS :**
intégration de pages, personnalisation de CMS, compatibilité, performance et optimisation continue.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES ET MOYENS

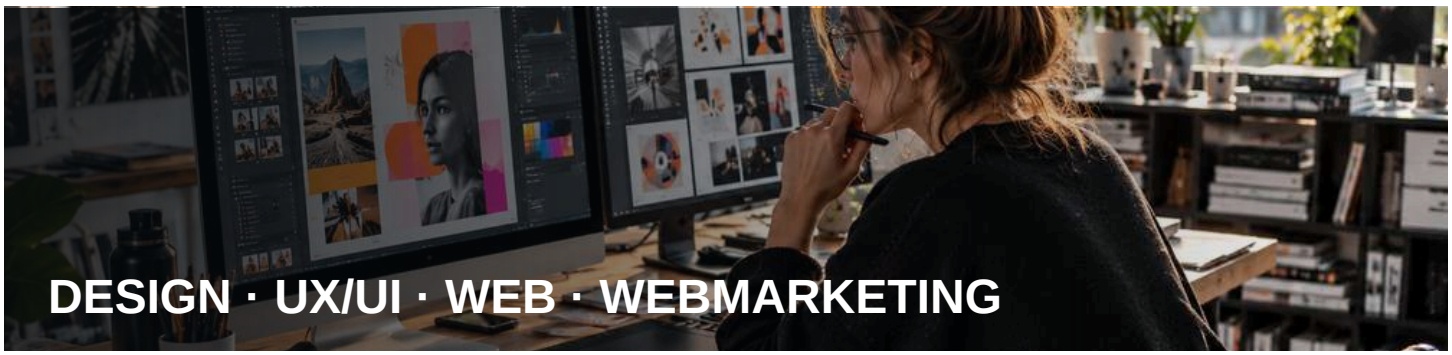
Pédagogie active : démonstrations, exercices, études de cas, mises en situation et projets. Postes informatiques et outils professionnels adaptés aux modules, ressources numériques et accompagnement individualisé.

ÉVALUATION ET CERTIFICATION

Les acquis sont évalués tout au long du parcours par des travaux pratiques, productions, projets, mises en situation et évaluations en cours de formation (ECF). La certification est évaluée par un jury selon les modalités du titre professionnel : mise en situation professionnelle ou présentation d'un projet, complétée selon les cas par un entretien, un questionnaire ou un questionnement à partir de productions. **Le titre peut être obtenu dans sa totalité ou par capitalisation des trois CCP.**

DÉBOUCHÉS

- UI designer
- web designer
- UX designer
- chargé de communication digitale
- web marketeur/référenceur
- intégrateur multimédia
- infographiste/animateur 2D-3D
- assistant chef de projet multimédia
- concepteur multimédia



ACCESSIBILITÉ

Mandyben Formation étudie les besoins des personnes en situation de handicap afin de mettre en place, lorsque cela est possible, les adaptations pédagogiques, organisationnelles et techniques nécessaires.

INFORMATIONS RÉGLEMENTAIRES

RNCP42140 – Niveau 6 – Certificateur : Ministère chargé de l'Emploi. Fiche publiée le 27 avril 2026. Arrêté du 21 avril 2026 relatif au titre professionnel Concepteur Designer User Interface, publié au Journal officiel le 23 avril 2026.



TP CDUI BC2

PROGRAMME DE FORMATION

GESTION DE PROJET DIGITAL

7 HEURES (1 JOUR) |

PUBLIC	Maquettistes, infographistes, webmasters, responsables communication, chefs de projet.
PRÉREQUIS	Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows).
DURÉE	7 heures (1 jour).
FORMALISATION	Attestation de fin de formation.

OBJECTIFS

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Prendre en main les outils numériques de gestion de projet web.
- Piloter un projet digital en méthodes agiles avec les outils IA.
- Maîtriser Trello et les outils collaboratifs augmentés par l'IA.

OUTILS NUMÉRIQUES & IA UTILISÉS

Outils de gestion de projet et d'IA collaborative utilisés en pratique tout au long de la journée :

Trello + IA Pilotage de projet	**Notion AI** Documentation	**ChatGPT / Claude** Rédaction & analyse	**Monday.com** Gestion d'équipe	**Slack** Communication	**Miro** Brainstorming visuel

MODULE 1 — RÔLE ET MISSIONS DU CHEF DE PROJET DIGITAL — 1h

Piloter un projet web : responsabilités et organisation

Objectif : comprendre le rôle du chef de projet et les phases clés d'un projet digital.

- Rôle du chef de projet ; interface client, équipes techniques et créatives
- L'A.M.O. (Assistance à Maîtrise d'Ouvrage) : définition et enjeux
- Phases de production web : conception, graphisme, intégration, dev, recette
- Métiers du web, validation et rétroplanning assisté par l'IA (Claude, ChatGPT)
- Le cahier des charges client : lecture et interprétation

MODULE 2 — ENVIRONNEMENT TECHNIQUE DU WEB — 1h30

Les essentiels techniques pour piloter sans développer

Objectif : acquérir les notions techniques pour dialoguer avec les équipes et choisir les bons outils.

- Les basiques : navigateurs, OS, résolutions, protocoles HTTP/HTTPS et FTP
- Nom de domaine, hébergement et gamme serveur (mutualisé, dédié, cloud)
- Sites statiques vs dynamiques (frontend / backend)
- Les langages web : HTML/CSS, JavaScript, PHP/MySQL, et frameworks front/back
- Les CMS principaux : WordPress, Prestashop (usages et critères de choix)
- Responsive design et mobile first

MODULE 3 — MÉTHODES AGILES & TRELLO — 1h30

Piloter en agile avec Trello et l'IA

Objectif : appliquer les méthodes agiles et maîtriser Trello augmenté par l'IA.

- Méthodes agiles : Agile vs cycle en V, quand choisir quoi ?
- Scrum (sprints, backlog, rôles) et Kanban (flux continu, priorités)
- Trello : tableaux, listes, cartes, tâches, délais et étiquettes
- Power-Ups essentiels : calendrier, checklist, intégrations
- Butler (IA Trello) : automatiser les tâches récurrentes
- Modéliser un projet web complet dans Trello ; aperçu de Monday.com

MODULE 4 — OUTILS COLLABORATIFS & IA — 1h30

Travailler en équipe avec les outils IA

Objectif : maîtriser les outils de collaboration augmentés par l'IA pour gagner en efficacité.

- Notion AI : espace de projet, comptes-rendus et résumés assistés par IA
- Slack : canaux, intégrations Trello/Notion, bots et automatisations
- Miro : brainstorming visuel, mind mapping, rétrospectives agiles
- ChatGPT / Claude : cahier des charges, briefs, comptes-rendus, analyse de devis

MODULE 5 — CAS PRATIQUE & BILAN — 1h30

Simulation de pilotage d'un projet digital complet

Objectif : *appliquer l'ensemble des compétences sur un cas concret de projet web.*

01 Brief projet : site e-commerce fictif, équipe et répartition des rôles

02 Rétroplanning assisté par IA et tableau Trello du projet

03 Fiche de tâche et compte-rendu avec Notion AI

04 Présentation au groupe, retours du formateur et évaluation en continu

05 Synthèse : bonnes pratiques, points clés et ressources (templates, veille PM)

PLANNING SYNTHÉTIQUE DE LA JOURNÉE

DURÉE	MODULE	CONTENU CLÉ	OUTILS IA
1h	**M1 — Rôle du chef de projet**	Missions, phases, métiers du web, rétroplanning	Claude, ChatGPT
1h30	**M2 — Environnement technique**	Infra web, CMS, langages, responsive	ChatGPT
1h30	**M3 — Méthodes agiles & Trello**	Agile, Scrum, Kanban, Trello + IA Butler	Trello AI, Monday.com
1h30	**M4 — Outils collaboratifs IA**	Notion AI, Slack, Miro, documentation	Notion AI, Slack, Miro
1h30	**M5 — Cas pratique & bilan**	Simulation projet, rétroplanning, présentation	Trello, Notion AI, Claude



TP CDUI BC2

PROGRAMME DE FORMATION

INITIATION À L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE GÉNÉRATIVE (IAG)

7 HEURES (1 JOUR) |

PUBLIC	Tout public souhaitant découvrir et utiliser l'IA générative dans un cadre professionnel ou personnel.
PRÉREQUIS	Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows).
DURÉE	7 heures (1 jour) — 100% présentiel.
FORMALISATION	Attestation de fin de formation.

OBJECTIFS

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Expliquer avec leurs propres mots les concepts de base de l'IA générative.
- Utiliser ChatGPT pour des applications professionnelles et éducatives.
- Classer les autres outils d'IAG selon leur périmètre d'action.
- Appliquer des principes éthiques dans l'utilisation de l'IA.

OUTILS EXPLORÉS

Outils d'IA générative présentés et utilisés durant la journée :

ChatGPT	Claude	Gemini / Copilot	Perplexity	NotebookLM	Suno
IA conversationnelle	Assistant Anthropic	IA Google & Microsoft	IA de sourcing	Podcast & contenu vocal	IA musicale

JOURNÉE — INITIATION À L'IA GÉNÉRATIVE & CHATGPT — 7h

MODULE 1 — INTRODUCTION À L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE GÉNÉRATIVE — 1h

Objectif : comprendre les concepts fondamentaux de l'IA générative et savoir les expliquer simplement.

- Définition : IA vs IA générative (IAG) et leurs différences
- Historique : des débuts de l'IA aux LLM (Turing, machine/deep learning, ChatGPT)
- Les types d'IA : IA faible vs forte, machine learning et deep learning
- Comment un modèle génératif « apprend » et produit du contenu
- Applications par secteur et panorama : texte, image, audio, vidéo, code

MODULE 2 — DÉCOUVERTE DE CHATGPT — 4h

Objectif : maîtriser l'utilisation de ChatGPT et la rédaction de prompts efficaces pour des usages professionnels variés.

- Présentation de ChatGPT : fonctionnement, chatbot vs moteur de recherche
- Créer un compte, découvrir l'interface et les différentes versions
- Structure d'un prompt efficace : rôle, contexte, tâche, format, contraintes
- Affiner ses résultats : itérer, reformuler, donner des exemples
- Modèles (templates) et bibliothèque de prompts réutilisables
- Cas d'usage : éducation, entreprise (email, réunion, données), créativité
- Démonstration : chacun teste ChatGPT sur ses cas ; comparaison avec Claude

MODULE 3 — LES AUTRES OUTILS D'IAG — 45 min

Objectif : classer les principaux outils d'IA générative selon leur périmètre d'action et savoir lequel choisir.

- IA de sourcing : Perplexity, ChatGPT Search vs IA générative
- IA de podcast et vocal : NotebookLM, synthèse vocale et transcription
- IA créatives : image (Midjourney, GPT Image, Firefly), musique (Suno, Udio), vidéo
- Mise en pratique collective : création d'un hymne de session avec Suno

MODULE 4 — ÉTHIQUE ET PERSPECTIVES DE L'IAG — 45 min

Objectif : adopter une posture critique et responsable dans l'utilisation de l'IA générative.

- Enjeux éthiques : biais, vie privée et données personnelles
- Transparence, explicabilité et hallucinations de l'IA
- Régulation : l'AI Act européen (grandes lignes) et RGPD en entreprise
- Bonnes pratiques : vérifier les sources, protéger les données, citer l'IA
- Le futur : agents autonomes, multimodalité, IA locale, impact sur les métiers

MODULE 5 — SYNTHÈSE ET ÉVALUATION FINALE — 30 min

Objectif : *consolider les acquis de la journée et valider les compétences.*

01 Révision : concepts IAG, prompts efficaces, panorama des outils, éthique

02 Questions-réponses et feedback des participants

03 Test final (ChatGPT) et questionnaire de satisfaction

04 Ressources et prochaines étapes : IA image, automatisation (n8n), Claude avancé

PLANNING SYNTHÉTIQUE DE LA JOURNÉE

DURÉE	MODULE	CONTENU	OUTILS
1h	**M1 — Introduction à l'IA générative**	Définition, historique, types d'IA, applications	
4h	**M2 — Découverte de ChatGPT**	Fonctionnement, prompts, modèles, cas d'usage, pratique	ChatGPT, Claude
45min	**M3 — Les autres outils d'IAG**	Sourcing, vocal, créatif — création d'un hymne	Perplexity, NotebookLM, Suno
45min	**M4 — Éthique et perspectives**	Biais, vie privée, régulation, futur de l'IAG	
30min	**M5 — Synthèse et évaluation finale**	Révision, feedback, test final, questionnaire	



PROGRAMME DE FORMATION

ACQUÉRIR LES BASES DU WEB-MARKETING

7 HEURES (1 JOUR)

PUBLIC	Gestionnaires de site, référenceurs, responsables de communication, webmasters, webdesigners, webmarketeurs, entrepreneurs.
PRÉREQUIS	Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows).
DURÉE	7 heures (1 jour) — 100% présentiel.
FORMALISATION	Attestation de fin de formation.

OBJECTIFS

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Acquérir une expertise sur les nouveaux usages du web en marketing et communication.
- Comprendre les leviers du webmarketing : SEO, SEA, réseaux sociaux, e-commerce.
- Mesurer l'efficacité de son site avec Google Analytics.

OUTILS UTILISÉS

Outils webmarketing et IA présentés et utilisés durant la journée :

Google Analytics 4 Mesure d'audience	**Google Search Console** Suivi SEO	**Google Ads** Liens sponsorisés	**Claude / ChatGPT** Stratégie & contenu	**Metricool** Réseaux sociaux	**Google Business** Présence locale

JOURNÉE — LES BASES DU WEB-MARKETING — 7h

MODULE 1 — INTERNET EN ENTREPRISE & COMPRENDRE LE WEBMARKETING — 1h

Objectif : comprendre les enjeux du web pour l'entreprise et les fondamentaux du webmarketing.

- Pourquoi intégrer Internet : évolution des internautes et de leurs usages
- Essor du e-commerce et parcours d'achat : du consommateur au consom'acteur
- Nouvelles tendances : m-commerce et social commerce
- Comprendre le webmarketing : définition, stratégie et panorama des outils
- Le site Internet, pivot de la stratégie, et les tendances Web Design

MODULE 2 — STRATÉGIE DE RÉFÉRENCEMENT NATUREL (SEO) — 1h30

Objectif : comprendre les fondamentaux du SEO et améliorer sa visibilité sur Google.

- Fonctionnement du référencement : indexation, crawl, algorithme
- Référencement multicanal : Google, YouTube, stores, IA
- Recherche générative : AI Overviews, AI Mode et GEO (être cité par l'IA)
- Fondamentaux : longue traîne et critères clés (contenu, technique, popularité)
- Présence locale : Google Business Profile et avis clients / SEO local
- Les outils : Google Search Console, Google Trends, outils de mots-clés

MODULE 3 — STRATÉGIE DE LIENS SPONSORISÉS (SEA) 1h

Objectif : découvrir le référencement payé et créer une première campagne Google Ads.

- Concept : différence entre SEO (naturel) et SEA (payé)
- Pourquoi Google Ads : visibilité immédiate, ciblage précis, maîtrise du budget
- Créer sa campagne : structure, budget, zone géographique et mots-clés
- Créer sa première annonce : titres, descriptions et extensions

MODULE 4 — STRATÉGIE POUR LES RÉSEAUX SOCIAUX 1h

Objectif : comprendre l'écosystème des réseaux sociaux et bâtir une stratégie efficace.

- Chiffres clés en France et typologies d'internautes
- Panorama : Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, X (positionnement, audiences)
- Stratégie efficace : choisir les bons réseaux selon sa cible et son activité
- Ligne éditoriale, calendrier de publication, engagement et outils (Metricool)

MODULE 5 — STRATÉGIE E-COMMERCE & RELATION CLIENT 1h

Objectif : comprendre les leviers de performance d'un site e-commerce et la fidélisation client.

- Animation commerciale : promotions, ventes flash, cross-selling et up-selling
- Relation client : service client, chat, FAQ, gestion des avis
- Logistique : stocks, livraison, retours et impact sur la satisfaction
- Fidélisation : fidélité, emailing, newsletters (rétention vs acquisition)
- Le parcours client e-commerce : du premier contact à la fidélisation

MODULE 6 — MESURER L'EFFICACITÉ DE SON SITE & E-RÉPUTATION 1h

Objectif : mettre en place le suivi d'audience avec Google Analytics 4 et gérer sa réputation en ligne.

- Définir ses indicateurs clés (KPI) selon ses objectifs
- Mettre en place Google Analytics 4 : compte, code de suivi, notions de base
- Rapports standards : temps réel et audience (démographie, appareils)
- Sources de trafic et pages qui performent le mieux
- Veille et e-réputation : surveiller sa marque et gérer les avis négatifs

MODULE 7 — SYNTHÈSE, PLAN D'ACTION & BILAN 30 min

Objectif : *consolider les acquis et construire un premier plan d'action webmarketing personnalisé.*

01 Synthèse des leviers : SEO, SEA, réseaux sociaux, e-commerce, analytics

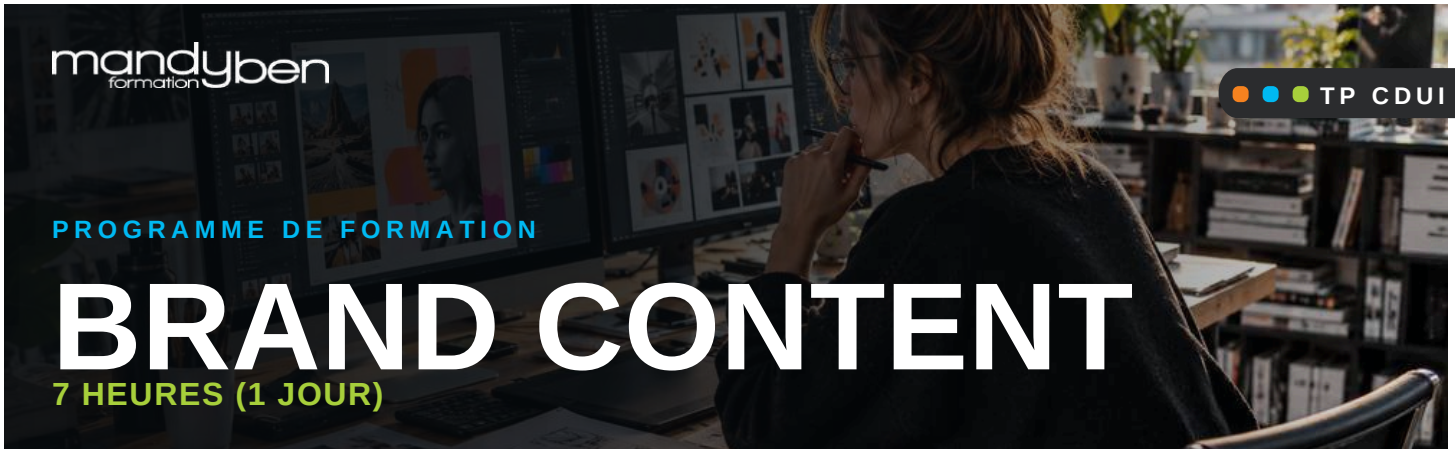
02 Plan d'action : prioriser selon objectifs et ressources (avec Claude)

03 Évaluation finale et feedback des participants

04 Ressources : formations SEO, réseaux sociaux, Google Ads avancé

PLANNING SYNTHÉTIQUE DE LA JOURNÉE

DURÉE	MODULE	CONTENU	OUTILS
1h	**M1 — Internet & comprendre le webmarketing**	E-commerce, consom'acteur, m-commerce, social commerce, définition	Claude
1h30	**M2 — Référencement naturel (SEO)**	Fonctionnement Google, longue traîne, critères, présence locale	Search Console, Claude
1h	**M3 — Liens sponsorisés (SEA)**	Concept, Google Ads, créer campagne et annonce	Google Ads
1h	**M4 — Réseaux sociaux**	Typologies, panorama, stratégie efficace	Metricool
1h	**M5 — E-commerce & relation client**	Animation, relation client, logistique, fidélisation	
1h	**M6 — Mesure & e-réputation**	Google Analytics 4, rapports, veille, e-réputation	Google Analytics 4
30min	**M7 — Synthèse & bilan**	Plan d'action webmarketing, évaluation, ressources	Claude



TP CDUI BC2

PROGRAMME DE FORMATION

BRAND CONTENT

7 HEURES (1 JOUR)

PUBLIC	Chargés de communication, marketing managers, community managers, entrepreneurs, toute personne souhaitant développer ses compétences en content marketing.
PRÉREQUIS	Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows).
DURÉE	7 heures (1 jour) — présentiel ou distanciel.
FORMALISATION	Attestation de fin de formation.

OBJECTIFS

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Maîtriser les principes fondamentaux du content marketing.
- Développer une stratégie de contenu cohérente et efficace pour une marque.
- Créer des contenus engageants et de qualité pour différents canaux.
- Optimiser les contenus pour le référencement naturel.

OUTILS UTILISÉS

Outils de content marketing et IA présentés et utilisés durant la journée :

Claude / ChatGPT Stratégie & rédaction	**Perplexity** Recherche d'audience	**Midjourney / Firefly** Visuels & moodboard	**Canva** Création cross-canal	**NotebookLM** Veille & synthèse	**Outils SEO** Mots-clés & SEO

JOURNÉE — BRAND CONTENT & CONTENT MARKETING — 7h

MODULE 1 — INTRODUCTION AU CONTENT MARKETING — 1h

Objectif : comprendre ce qu'est le content marketing, ses enjeux et ses bénéfices pour une marque.

- Du marketing traditionnel au marketing de contenu : enjeux et rôle central
- Types de contenus : articles, vidéos, infographies, podcasts, posts sociaux
- Contenus owned, earned et paid
- Avantages : visibilité, référencement, autorité, leads et fidélisation

MODULE 2 — DÉFINIR SA STRATÉGIE DE CONTENU — 45 min

Objectif : poser les bases d'une stratégie de contenu alignée sur les objectifs et l'audience.

- Objectifs marketing : notoriété, acquisition, engagement, conversion
- Objectifs SMART et KPI de contenu
- Audience cible : personas, besoins, freins et parcours d'achat
- Positionnement : proposition de valeur, message clé et différenciation

MODULE 3 — CRÉER DES CONTENUS ENGAGEANTS 1h

Objectif : maîtriser les formats, la rédaction et le storytelling pour capter l'attention.

- Choisir le bon format (texte, image, vidéo) selon le canal et l'objectif
- Bonnes pratiques : titres accrocheurs, structure, lisibilité, CTA
- Mindmap : organiser ses idées et structurer ses contenus
- Storytelling : schéma narratif de marque, émotion et identification
- Importance du visuel : cohérence, hiérarchie de l'information, impact

MODULE 4 — ATELIER PRATIQUE : CRÉATION D'UN MOODBOARD 1h

Objectif : définir l'univers visuel d'une marque et produire un moodboard cohérent.

- Identité visuelle : valeurs, personnalité et univers de la marque
- Couleurs, typographies et images : psychologie et associations
- Créer un moodboard cohérent : sélection et organisation des références
- Présentation et justification des choix

MODULE 5 — L'IDENTITÉ DE MARQUE 45 min

Objectif : comprendre les composantes de l'identité de marque et en construire une forte et cohérente.

- Enjeux : reconnaissance, confiance et préférence de marque
- Éléments : logo, palette, typographies, ton de voix, graphiques
- Construire une identité forte et la décliner sur tous les supports
- Garantir la cohérence on et offline

MODULE 6 — RÉDACTION DE CONTENU POUR LE RÉFÉRENCEMENT 1h

Objectif : comprendre les principes du SEO et optimiser ses contenus pour les moteurs de recherche.

- Principes du SEO : fonctionnement des moteurs, indexation, classement
- Recherche générative : AI Overviews, AI Mode et GEO (être cité par l'IA)
- Optimiser ses contenus : contenu, balises, structure et maillage interne
- Mots-clés et intention de recherche : champ sémantique et longue traîne
- Publications cross-canal : adapter le message à chaque plateforme

MODULE 7 — ATELIER PRATIQUE : RÉDACTION D'UN ARTICLE OPTIMISÉ SEO 1h30

Objectif : *appliquer les acquis sur un article complet et ses déclinaisons cross-canal.*

01 Dégager un axe créatif : angle et message différenciant

02 Rédaction SEO : structurer l'article (titres Hn, paragraphes, mots-clés)

03 Optimiser titre, méta-description et balises title/meta engageantes

04 Décliner en cross-canal : post réseaux sociaux, newsletter, visuel

PLANNING SYNTHÉTIQUE DE LA JOURNÉE

DURÉE	MODULE	CONTENU	OUTILS
1h	**M1 — Introduction au content marketing**	Définition, types de contenus, avantages	Claude
45min	**M2 — Définir sa stratégie de contenu**	Objectifs, personas, positionnement	Claude, Perplexity
1h	**M3 — Créer des contenus engageants**	Formats, rédaction, mindmap, storytelling, visuel	Claude
1h	**M4 — Atelier moodboard**	Identité visuelle, couleurs, typographies, images	Midjourney, Canva
45min	**M5 — L'identité de marque**	Logo, charte graphique, ton de voix, cohérence	
1h	**M6 — Rédaction de contenu pour le SEO**	SEO, mots-clés, intention, cross-canal	Outils SEO, Claude
1h30	**M7 — Atelier article optimisé SEO**	Axe créatif, rédaction SEO, méta, déclinaison	Claude, Canva



mandyben formation

TP CDUI BC2

PROGRAMME DE FORMATION

LES NOUVELLES TECHNOLOGIES

7 HEURES (1 JOUR)

PUBLIC	Graphistes, infographistes, maquettistes, responsables de communication, chefs de studio.
PRÉREQUIS	Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows).
DURÉE	7 heures (1 jour) — présentiel ou distanciel.
FORMALISATION	Attestation de fin de formation.

OBJECTIFS

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- S'approprier les outils collaboratifs pour travailler et échanger.
- Rechercher l'information auprès de sources pertinentes et fiables.
- Connaître les grandes familles de technologies et fonctionnalités du web actuel.

OUTILS UTILISÉS

Outils collaboratifs et IA présentés et utilisés durant la journée :

Slack Communication d'équipe	**Google Drive** Partage de fichiers	**Git / GitHub** Contrôle de version	**Figma** Design collaboratif	**Claude / Perplexity** Recherche & veille	**Feedly** Agrégation & veille

JOURNÉE — LES NOUVELLES TECHNOLOGIES — 7h

MODULE 1 — S'APPROPRIER LES OUTILS COLLABORATIFS POUR TRAVAILLER ET ÉCHANGER — 2h30

Objectif : maîtriser les outils collaboratifs de communication, de partage et de travail en équipe.

- Communication : courriel, messagerie instantanée et asynchrone (Slack)
- Partage de fichiers : cloud et espaces partagés en ligne (Google Drive)
- Outils collaboratifs : planification de projet et design
- Contrôle de version : prise en main de Git et GitHub de la formation

MODULE 2 — SAVOIR RECHERCHER DE L'INFORMATION AUPRÈS DE SOURCES PERTINENTES — 1h30

Objectif : identifier des sources fiables et organiser une veille technologique et créative efficace.

- Sites de référence technique (FR/EN) et recherche assistée par IA
- Trouver vite une réponse et obtenir l'aide d'autres utilisateurs
- Communautés de développeurs et de designers : rejoindre et s'impliquer
- Veille organisée : extensions de navigateur, agrégateurs et flux (Feedly)

MODULE 3 — CONNAÎTRE LES TYPES DE FONCTIONNALITÉS DE SITES OU D'APPLICATIONS 3h

Objectif : découvrir les grandes familles de technologies web et les tendances actuelles.

01 Les langages du web : front-end et back-end

02 Générer des pages : CMS et générateurs de sites statiques

03 Frameworks et bibliothèques : principe, frameworks CSS/JS pour web apps

04 Frameworks spécifiques : animation, graphiques, data

05 Le web moderne : temps réel, hors-ligne (PWA), animation, 3D, VR/AR

06 Les objets connectés (IoT) et les assistants vocaux

07 **Technologies émergentes :** IA générative, LLM et deep learning

PLANNING SYNTHÉTIQUE DE LA JOURNÉE

DURÉE	MODULE	CONTENU	OUTILS
2h30	**M1 — Outils collaboratifs**	Communication, partage de fichiers, collaboration, Git	Slack, Drive, GitHub
1h30	**M2 — Recherche & veille**	Sources fiables, communautés, veille techno & créative	Claude, Feedly
3h	**M3 — Fonctionnalités sites & applications**	Langages web, CMS, frameworks, web moderne, IoT, IA générative	



TP CDUI BC2

PROGRAMME DE FORMATION

CRÉATION DE CONTENUS RÉDACTIONNELS ET VISUELS AVEC L'IA GÉNÉRATIVE

28 HEURES (4 JOURS)

PUBLIC

Salariés et demandeurs d'emploi du tertiaire produisant des contenus rédactionnels ou visuels. Métiers de l'assistanat, du secrétariat, du marketing, de la communication, des RH et du juridique.

PRÉREQUIS & DURÉE

Une première expérience professionnelle et une familiarité avec l'utilisation d'Internet sont préférables.

28 heures (4 jours) dont 1 jour en e-learning (blended learning).

OBJECTIFS

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Définir une stratégie d'implémentation de l'IA générative et un plan d'intégration.
- Créer des contenus rédactionnels et visuels adaptés, confidentiels et accessibles.
- Produire des contenus conformes à l'IA Act et au RGPD.

OUTILS UTILISÉS

Outils d'IA générative présentés et utilisés tout au long de la formation :

- **ChatGPT** — Rédactionnel & GPT Store
- **Google Gemini** — Rédactionnel
- **Microsoft Copilot** — Visuel & bureautique
- **Adobe Firefly** — Visuel
- **Aiko** — Transcription audio
- **IA Act / RGPD** — Conformité

Formalisation — Attestation de fin de formation.

MODULE 1 — MISE EN ŒUVRE DE LA STRATÉGIE D'IMPLÉMENTATION DE L'IA GÉNÉRATIVE SUR LE POSTE DE TRAVAIL — Jour 1 — 7 h

I/ ANALYSE DU CONTEXTE ET IDENTIFICATION DES BESOINS

- Fonctionnement et principaux outils : ChatGPT, Gemini, Firefly, Copilot
- Exemples d'utilisation sur le poste de travail
- Méthodologie d'analyse des tâches et repérage des optimisations
- Exemples concrets en situation professionnelle

II/ CONFIGURATION DES OUTILS D'IA GÉNÉRATIVE

- Création des comptes et interfaces : ChatGPT, Gemini, Firefly, Copilot

III/ ÉLABORATION D'UN PLAN D'ACTIONS POUR L'IMPLÉMENTATION

- Plan d'actions : tâches, outils associés, budget, délais, collaborateurs, tests

MODULE 2 — LA CRÉATION DE CONTENUS RÉDACTIONNELS ET VISUELS : EFFICACITÉ, CONFIDENTIALITÉ, ACCESSIBILITÉ — Jours 2 & 3 — 14 h

I/ LES TECHNIQUES DE PROMPT ENGINEERING

- Définition, importance et méthodologie du Prompt Engineering
- Exemples de prompts bien structurés

II/ CRÉER DES CONTENUS RÉDACTIONNELS ET VISUELS AVEC L'IA GÉNÉRATIVE

- Contenu rédactionnel : ChatGPT vs Gemini, et le GPT Store
- Contenu visuel : Microsoft Copilot vs Adobe Firefly
- Transcription audio et comptes-rendus : ChatGPT (natif) ou Aiko

III/ GARANTIR LA CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES PROFESSIONNELLES

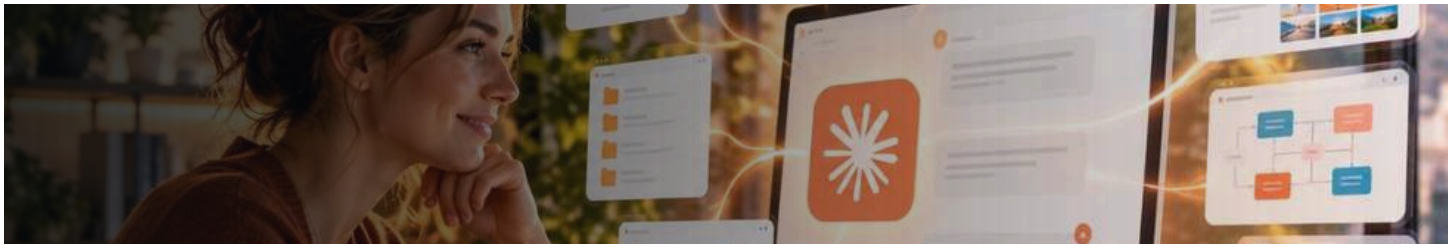
- Données sensibles : données internes et externes à l'entreprise
- Anonymisation des données et restriction d'accès
- Revue manuelle et politique interne de sécurité numérique

IV/ LA CRÉATION DE CONTENUS INCLUSIFS & ACCESSIBLES

- Loi de 2005 sur le handicap ; types de handicaps et besoins spécifiques
- Descriptions alternatives des visuels et hiérarchisation des contenus
- Audio-transcription des contenus rédactionnels
- Transcription écrite, sous-titrage et langage simple et direct
- Simplification et structuration claire des contenus
- Méthodologie FALC (Facile À Lire et à Comprendre)

V/ LES TECHNIQUES D'OPTIMISATION DES CONTENUS

- Enjeux et stratégies d'amélioration des contenus
- Exemples : contrainte, contexte, style, format, accessibilité



MODULE 3 — LA CONFORMITÉ ÉTHIQUE ET RÉGLEMENTAIRE DES CONTENUS GÉNÉRÉS AVEC L'IA GÉNÉRATIVE

Jour 4 — e-learning — 7 h

I/ LE CADRE RÉGLEMENTAIRE EUROPÉEN : L'IA ACT

- Enjeux de l'IA Act et directives : risques, biais, transparence, droits
- Transparence, explicabilité et identification des biais
- Analyse des risques et révision régulière des processus

II/ LA PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES : LE RGPD

- Enjeux du RGPD et directives : transparence, minimisation, consentement
- Consentement, traitement et sécurisation des données personnelles
- Anonymisation, pseudonymisation et contrôle continu des procédures

III/ LA MISE EN PLACE D'UNE VEILLE RÉGLEMENTAIRE

Veille réglementaire : enjeux, méthodologie et bonnes pratiques

PLANNING SYNTHÉTIQUE DE LA FORMATION

JOUR	MODULE	CONTENU CLÉ	MODALITÉ
Jour 1 (7h)	**M1 — Stratégie d'implémentation**	Analyse des besoins, configuration des outils, plan d'actions	Présentiel / distanciel
Jours 2-3 (14h)	**M2 — Création de contenus**	Prompt engineering, création rédactionnelle & visuelle, confidentialité, accessibilité, optimisation	Présentiel / distanciel
Jour 4 (7h)	**M3 — Conformité éthique & réglementaire**	IA Act, RGPD, veille réglementaire	E-learning

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES & LOGISTIQUES

Lieu — 146 rue Paradis, 13006 Marseille et/ou en distanciel

Effectif — 3 minimum — 10 maximum

Moyens — 1 poste par stagiaire — 1 vidéoprojecteur — Plateforme e-learning

Pédagogie — Alternance de présentations, d'échanges en groupe avec l'intervenant et de réflexion personnelle

Évaluation — Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur

Contact — contact@mandyben.com — www.mandyben-formation.com



mandyben formation

TP CDUI BC2

PROGRAMME DE FORMATION

CRÉER UN FILM AVEC L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

28 HEURES (4 JOURS) DONT 1 JOUR EN BLENDED LEARNING

PUBLIC	Tout public.
PRÉREQUIS	Bonne connaissance de l'environnement informatique.
DURÉE	28 heures (4 jours) dont 1 jour (Jour 3) en blended learning.
FORMALISATION	Attestation de fin de formation.

OBJECTIFS

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Concevoir et réaliser un film complet avec l'IA, de l'idée à l'export professionnel.
- Maîtriser un workflow créatif IA structuré : images, animation, montage et son.
- Produire en autonomie des vidéos pour les réseaux sociaux, la communication ou l'artistique.

OUTILS UTILISÉS

Outils d'IA générative et de montage présentés et utilisés tout au long de la formation :

Nano Banana Pro Images fixes	**MidJourney / Freepik** Images & assets	**Kling AI / Seedance** Animation IA	**Veo 3.1** Vidéo générative	**Suno / ElevenLabs** Musique & voix-off	**Premiere Pro / CapCut** Montage

JOUR 1 — INTRODUCTION & EXPLORATION DES OUTILS IA

PRÉSENTIEL · 7H

MODULE 1 — 1h

Découverte de l'IA générative créative

Objectif : *comprendre le potentiel créatif de l'IA générative à travers un panorama d'exemples.*

- Panorama créatif de l'IA générative
- Exemples de réalisations inspirantes

MODULE 2 — 2h

Les bases du prompt visuel

Objectif : *maîtriser la structure d'un prompt pour générer images et vidéos.*

- Personnage, contexte, format et cadrage
- Mouvements de caméra et styles visuels

MODULE 3 — 2h

Atelier images fixes : Nano Banana Pro & MidJourney

Objectif : *créer des images fixes de qualité avec les générateurs d'images.*

- Prise en main de Nano Banana Pro et MidJourney
- Création et itération d'images fixes

MODULE 4 — 2h

Introduction aux outils vidéo : Freepik, Kling AI, Seedance, Veo 3.1

Objectif : *découvrir les principaux moteurs de génération vidéo par IA.*

- Panorama des moteurs de génération vidéo
- Premiers essais sur Freepik, Kling AI, Seedance et Veo 3.1

JOUR 2 — DE L'IDÉE À LA SÉQUENCE ANIMÉE

PRÉSENTIEL · 7H

MODULE 5 — 2h

Écriture du scénario avec ChatGPT

Objectif : *développer un scénario structuré à l'aide de l'IA.*

- Développement d'un scénario avec ChatGPT
- Structure narrative et découpage en plans

MODULE 6 — 2h30

Génération des visuels clés

Objectif : *produire les visuels clés du film et les optimiser.*

- Génération des visuels clés dans Nano Banana Pro
- Optimisation sur Freepik

MODULE 7 — 2h30

Animation des images fixes

Objectif : *donner vie aux images fixes par l'animation IA.*

- Animation des images fixes avec Kling AI
- Recours aux autres moteurs IA de Freepik



DU WORKFLOW AU FILM

IMAGES, ANIMATION, MONTAGE ET SON

JOUR 3 — PRODUCTION AUTONOME DES SÉQUENCES

BLENDED LEARNING · 7H

Journée en blended learning : production en autonomie sur la plateforme e-learning, avec ressources guidées et soutien asynchrone du formateur.

MODULE 8 — 3h30

Production autonome des plans

Objectif : *produire en autonomie l'ensemble des plans de son film.*

- Application du workflow : prompts personnage, contexte, caméra, style
- Génération des visuels de l'ensemble des séquences

MODULE 9 — 3h30

Animation & sélection des séquences

Objectif : *animer les plans et sélectionner les meilleures prises.*

- Animation des plans avec Kling AI / moteurs Freepik
- Itérations, choix des meilleures séquences et préparation des rushes

JOUR 4 — MONTAGE & FINALISATION

PRÉSENTIEL · 7H

MODULE 10 — 2h30

Montage

Objectif : *monter le film sur un logiciel professionnel.*

- Montage sur Adobe Premiere Pro ou CapCut
- Organisation, découpage, transitions

MODULE 11 — 2h30

Habillage visuel & sonore

Objectif : *habiller le film en image et en son.*

- Titres et habillage visuel
- Musique et sound design (Suno), voix-off IA (ElevenLabs)

MODULE 12 — 2h

Export & diffusion

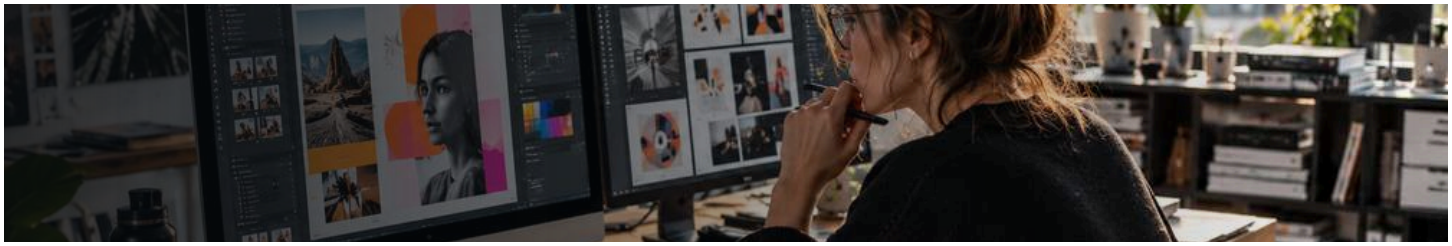
Objectif : *exporter le film aux formats professionnels.*

- Export HD et formats adaptés aux réseaux sociaux
- Diffusion du film

PLANNING SYNTHÉTIQUE DE LA FORMATION

JOUR	DURÉE	MODULE	CONTENU CLÉ
J1	1h	**M1 — Découverte de l'IA générative**	Panorama créatif, exemples inspirants
J1	2h	**M2 — Les bases du prompt visuel**	Personnage, contexte, format, caméra, styles
J1	2h	**M3 — Atelier images fixes**	Nano Banana Pro & MidJourney, itérations
J1	2h	**M4 — Outils vidéo**	Freepik, Kling AI, Seedance, Veo 3.1
J2	2h	**M5 — Scénario avec ChatGPT**	Scénario, structure narrative, découpage
J2	2h30	**M6 — Génération des visuels clés**	Nano Banana Pro, optimisation Freepik
J2	2h30	**M7 — Animation des images fixes**	Kling AI, moteurs IA Freepik
J3	3h30	**M8 — Production autonome des plans**	Workflow, génération des séquences (blended)
J3	3h30	**M9 — Animation & sélection**	Animation, itérations, rushes (blended)
J4	2h30	**M10 — Montage**	Premiere Pro / CapCut, découpage, transitions
J4	2h30	**M11 — Habillage visuel & sonore**	Titres, musique (Suno), voix-off (ElevenLabs)
J4	2h	**M12 — Export & diffusion**	Export HD, réseaux sociaux, diffusion

Jour 3 : journée en blended learning (e-learning encadré).





PUBLIC	Responsables communication, community managers, entrepreneurs, webmasters, chefs de projet, infographistes.
PRÉREQUIS	Bonne connaissance de l'environnement informatique. Compte(s) sur les réseaux sociaux recommandé(s).
DURÉE	21 heures : 14h en présentiel (2 jours) + 7h en blended learning (jour 3).
FORMALISATION	Attestation de fin de formation.

OBJECTIFS

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Comprendre l'utilité des réseaux sociaux dans une stratégie de communication.
- Maîtriser Instagram, Facebook et LinkedIn.
- Créer et piloter une stratégie éditoriale assistée par l'IA.
- Mesurer et optimiser ses performances.

OUTILS IA INTÉGRÉS AU PARCOURS

Utilisés en pratique tout au long de la formation pour accélérer la production de contenu et le pilotage des réseaux :

ChatGPT / Claude	Canva IA	Buffer / Metricool	Hootsuite IA	MidJourney / Firefly
Copywriting & stratégie	Création de visuels	Planification IA	Gestion multicanal	Création visuelle IA

JOUR 1 — STRATÉGIE, INSTAGRAM & FACEBOOK — 7h

MODULE 1 — 1h30

Marketing & réseaux sociaux : fondamentaux

Objectif : *comprendre les enjeux des réseaux sociaux dans une stratégie de communication digitale.*

- Marketing, web marketing et inbound marketing : notions clés
- Consommateur-média, programmes ambassadeurs et UGC
- Tendances actuelles et IA générative au service des réseaux
- Métiers (Social Media / Community Manager) et panorama des réseaux en France

MODULE 2 — 1h30

Stratégie éditoriale & outils de planification

Objectif : *construire une stratégie éditoriale cohérente et l'outiller avec l'IA.*

- Objectifs SMART et ligne éditoriale : contenu, tonalité, positionnement
- Trouver des sujets et générer des idées avec ChatGPT / Claude
- Calendrier éditorial avec Metricool ou Buffer, suggestions IA (Hootsuite)
- Écrire pour l'engagement : d'AIDA au CTA, légendes assistées par IA
- Introduction à la publicité sponsorisée : formats et objectifs

MODULE 3 — 2h

Instagram : maîtriser le réseau de l'image

Objectif : *créer et optimiser une présence pro sur Instagram et produire du contenu engageant.*

- Univers Instagram : profil, stories, reels, highlights et audiences
- Créer et optimiser un profil pro : bio, lien, catégorie, boutons
- Compte professionnel et accès aux insights
- Formats : posts, carrousels, stories, reels - bonnes pratiques
- Créer des visuels : Canva IA, Adobe Firefly, MidJourney
- Algorithme Instagram (classement par IA) : hashtags, horaires, engagement
- Promotion (jeux concours, UGC) et publicité : formats et ciblage

MODULE 4 — 2h

Facebook : communauté et visibilité

Objectif : *administrer une page Facebook pro et exploiter ses leviers de visibilité organique et payée.*

- Univers Facebook : page, groupe, événement, stories, reels
- Créer et optimiser une page pro : paramétrage, CTA, visuels de marque
- Lien avec Instagram via Meta Business Suite
- Animer sa communauté (posts, lives, sondages) et programmer (Buffer/Metricool)
- Gérer commentaires et messages (Hootsuite IA) ; leviers de croissance
- Publicité : Meta Ads Manager, formats, ciblage, Meta Pixel + CAPI, retargeting

JOUR 2 — LINKEDIN, AUTRES RÉSEAUX, IA & OPTIMISATION — 7h

MODULE 5 — 2h

LinkedIn : réseau professionnel et social selling

Objectif : *développer sa présence pro sur LinkedIn et générer des opportunités.*

- Univers LinkedIn : profil, page entreprise, groupes, articles et algorithme
- Optimiser son profil (photo, titre, résumé) avec l'aide de l'IA
- Créer et animer une page entreprise : publications, articles, showcase
- Social selling : trouver des prospects et engager la conversation
- LinkedIn Sales Navigator : présentation et usages
- Publicité LinkedIn : formats, ciblage B2B et coûts

MODULE 6 — 1h30

TikTok & autres réseaux : synthèse

Objectif : *avoir une vision claire des autres réseaux et identifier ceux pertinents pour sa marque.*

- TikTok : profil pro, algorithme, bonnes pratiques et vidéos à fort potentiel
- Planification et analytics TikTok
- X (ex-Twitter) : veille, communauté, leviers et publicité
- Pinterest (trafic, SEO visuel) et Threads (lien Instagram)
- Quels réseaux pour ma marque ? Matrice de décision



INSTAGRAM · FACEBOOK · LINKEDIN · TIKTOK

UNE STRATÉGIE ÉDITORIALE ASSISTÉE PAR L'IA

MODULE 7 — 1h30

Outils IA pour les réseaux sociaux

Objectif : *intégrer les outils d'IA dans son workflow de production et de gestion des réseaux.*

- ChatGPT / Claude : copywriting, légendes, hashtags, bio et calendrier
- Canva IA : templates, Magic Design, Text to Image, Brand Kit
- Adapter les formats par réseau automatiquement
- MidJourney / Firefly : visuels de marque originaux et prompts efficaces
- Buffer / Metricool : planification IA et performances ; Hootsuite (monitoring)
- Atelier : créer un post complet (visuel + texte + planification) avec l'IA

MODULE 8 — 2h

Mesurer, optimiser & social selling

Objectif : *analyser les performances de ses réseaux et optimiser sa stratégie en continu.*

- Algorithmes (Instagram, LinkedIn) : comment en tirer parti
- Indicateurs clés (KPI) : engagement, portée, ROI et ROAS
- Veille et benchmarking concurrentiel avec Metricool
- Social selling : trouver des prospects et convertir sur Instagram et LinkedIn
- Cas pratique : ligne éditoriale, calendrier et post optimisé
- Retours du formateur et synthèse de la journée

JOUR 3 — BLENDED LEARNING — EXERCICES EN AUTONOMIE — 7h

Journée entièrement dédiée à la pratique en autonomie sur la plateforme e-learning Mandyben ; le formateur reste disponible par messagerie.

ACCÈS PLATEFORME - EXERCICES EN AUTONOMIE

- Stratégie éditoriale : calendrier sur 1 mois et 10 idées de posts (IA)
- Contenu Instagram : 3 visuels (Canva IA), légendes/hashtags/CTA, planification
- Contenu LinkedIn : article ou post pro, et profil optimisé avec l'IA
- Analyse : statistiques des comptes et 3 axes d'amélioration documentés
- Exploration IA : visuels (MidJourney/Firefly) et tableau de bord Hootsuite IA

Livrable attendu : calendrier éditorial d'un mois + 3 visuels produits + analyse KPI du compte principal.

PLANNING SYNTHÉTIQUE

JOUR		MODULE	CONTENU	MODE
J1	1h30	**M1 — Marketing & RS**	Notions marketing, tendances, métiers	Présentiel
J1	1h30	**M2 — Stratégie éditoriale**	Objectifs, ligne éditoriale, calendrier, CTA	Présentiel
J1	2h	**M3 — Instagram**	Profil pro, contenu, algorithme, publicité	Présentiel
J1	2h	**M4 — Facebook**	Page pro, communauté, ads, leviers marque	Présentiel
J2	2h	**M5 — LinkedIn**	Profil, page entreprise, prospection, ads	Présentiel
J2	1h30	**M6 — TikTok & autres RS**	TikTok, X, Pinterest, Threads (synthèse)	Présentiel
J2	1h30	**M7 — Outils IA**	Canva IA, ChatGPT, Buffer, Metricool	Présentiel
J2	2h	**M8 — KPI & optimisation**	Mesure, algorithmes, social selling, cas pratique	Présentiel
J3	7h	**Blended Learning**	Accès plateforme - exercices en autonomie	Blended Learning



mandyben formation

PROGRAMME DE FORMATION

TP CDUI BC2

VIBE CODING

7 HEURES (1 JOUR)

PUBLIC	Toute personne amenée à créer un projet web avec l'IA sans coder : communication, marketing, entrepreneurs, webmasters, chefs de projet. Module préalable aux journées de création de site WordPress.
PRÉREQUIS	Bonne connaissance de l'environnement informatique (pratique courante d'OS X ou de Windows). Aucune compétence en programmation requise.
DURÉE	7 heures (1 jour) — présentiel ou distanciel.
FORMALISATION	Attestation de fin de formation (évaluation sommative individuelle des acquis).

OBJECTIFS

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Situer le vibe coding face au no-code et au développement traditionnel.
- Rédiger un cahier des charges exploitable par une IA.
- Piloter Claude Code à partir d'une spécification écrite.
- Faire communiquer Claude Cowork et Claude Code.
- Versionner et suivre le projet sur GitHub.
- Contrôler et faire évoluer un livrable généré par IA.

OUTILS DU WORKFLOW

Workflow outillé de bout en bout — aucun outil payant au-delà des comptes du parcours :

Claude Cowork
Cadrage & cahier des charges

Claude Code
Développement du prototype

GitHub
Versionnement & suivi

Pédagogie par projet : un cas fil rouge mené de bout en bout, 65 % du temps en atelier, en binômes à niveaux mixtes, avec contrôle continu à chaque étape.

MATIN · CADRAGE & DÉVELOPPEMENT — 9h00 – 12h30

MODULE 1 — 1h

Du no-code au vibe coding

- Ce que le no-code fait bien — et ce qu'il ne fait pas
- Définition : générer et faire évoluer du code sans l'écrire
- Panorama : Claude Cowork, Claude Code, GitHub
- Le cloisonnement des deux environnements Claude
- Cas fil rouge et constitution des binômes

MODULE 2 — 1h45

Cahier des charges avec Claude Cowork

- Besoin, périmètre, fonctionnalités, critères d'acceptation
- Fonctionnel (le quoi) vs technique (le comment)
- Entretien de cadrage : interrogation, reformulation, arbitrages
- Format lisible par une IA : Markdown structuré
- Atelier et contrôle qualité croisé entre binômes

MODULE 3

Faire développer par Claude Code — 1h30

- Récupération de la spécification et initialisation
- Premier cycle de génération du prototype
- Lecture critique : conformité, points non traités
- Itérer efficacement : décrire un écart, pas une solution
- Faire diagnostiquer et corriger les erreurs par l'IA

APRÈS-MIDI · BOUCLE, VERSIONNEMENT & BILAN — 13h30 – 17h00

MODULE 4 — 1h

Communication Cowork ↔ Claude Code

- Deux environnements hermétiques, un seul projet
- Mémoire de projet partagée : fichier de suivi, journal
- Côté Code : compte rendu d'avancement automatique
- Côté Cowork : lecture, mise à jour, transmission
- Boucle complète : cadrage → dev → CR → ajustement

MODULE 5 — 1h

GitHub : versionnement & suivi

- Dépôt, commit, historique, branche — concrètement
- Connexion de Claude Code au dépôt et authentification
- Faire réaliser les commits par Claude Code
- Suivi : issues, jalons, état du projet
- Revenir en arrière : restaurer une version

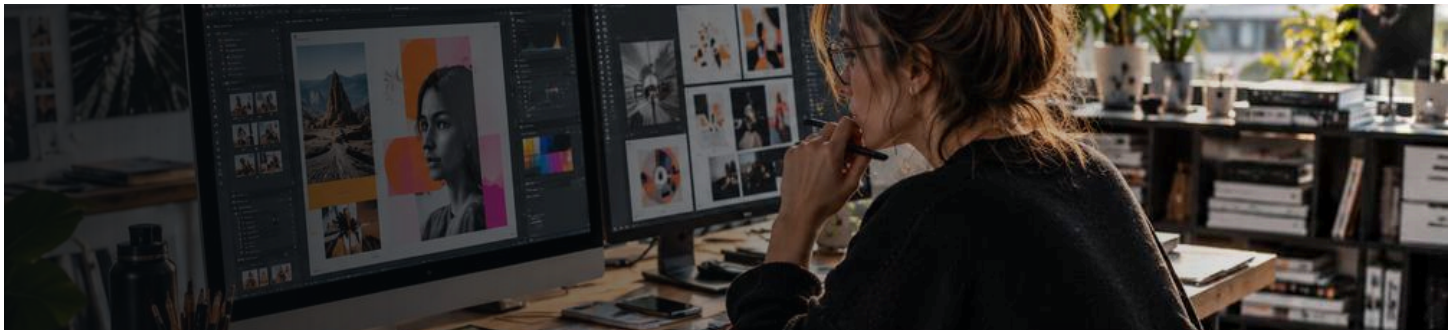
MODULE 6 — 45 min

Finalisation, évaluation & bilan

- Présentation des prototypes par les binômes
- Évaluation sommative individuelle des acquis
- Articulation avec les journées WordPress
- Ressources pour poursuivre en autonomie
- Évaluation à chaud de la satisfaction

PLANNING SYNTHÉTIQUE DE LA JOURNÉE

		MODULE	CONTENU CLÉ
Matin	1h	**M1 — Du no-code au vibe coding**	Définition, panorama outils, cas fil rouge
Matin	1h45	**M2 — Cahier des charges (Cowork)**	Cadrage, Markdown structuré, contrôle croisé
Matin	1h30	**M3 — Développement (Claude Code)**	Génération, lecture critique, itérations
Après-midi	1h	**M4 — Communication Cowork ↔ Code**	Mémoire projet, boucle complète
Après-midi	1h	**M5 — GitHub**	Dépôt, commits, suivi, restauration
Après-midi	45 min	**M6 — Finalisation & bilan**	Présentation, évaluation, ressources





mandyben formation

TP CDUI BC2

PROGRAMME DE FORMATION

CRÉER SON SITE WORDPRESS AVEC L'IA — INFOMANIAK & DIVI 5

21 HEURES (3 JOURS)

PUBLIC	Débutants complets souhaitant créer leur site vitrine : entrepreneurs, indépendants, responsables communication, porteurs de projet.
PRÉREQUIS	Aucune connaissance technique requise. Bonne pratique de l'environnement informatique (OS X ou Windows). Disposer d'une idée de site à créer.
DURÉE	21 heures (3 jours) — 100% présentiel.
FORMALISATION	Attestation de fin de formation.

OBJECTIFS

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Acquérir un nom de domaine et un hébergement web chez Infomaniak.
- Installer et configurer WordPress et le thème Divi 5.
- Concevoir le zoning et le prototype de son site avec l'IA (Claude, ChatGPT).
- Créer et publier un site vitrine professionnel avec Divi 5, Divi AI et le vibe coding, sans savoir coder.

OUTILS UTILISÉS

Outils et IA présentés et utilisés en pratique tout au long de la formation :

Infomaniak
Domaine, hébergement & emails (Manager)

Divi AI
IA intégrée à Divi (abonnement Divi Pro)

WordPress
CMS du site

Divi 5
Constructeur visuel & Theme Builder

ChatGPT / Claude
Vibe coding : prototypes, zoning, JSON, CSS, JS, contenus

Canva IA
Visuels & images

JOUR 1 — DOMAINE, HÉBERGEMENT INFOMANIAK, WORDPRESS & PROTOTYPAGE — 7h

MODULE 1 — 1h

Le web pour les débutants : comprendre avant de créer

Objectif : *acquérir le vocabulaire et les notions essentielles pour suivre la formation sereinement.*

- Site web : vitrine, blog, e-commerce ; fonctionnement d'internet (serveur, DNS, URL)
- Qu'est-ce qu'un CMS ? Pourquoi WordPress ; WordPress.com vs WordPress.org
- L'écosystème de la formation : Infomaniak + WordPress + Divi 5 + IA
- Introduction au vibe coding : décrire en langage naturel, l'IA (Claude, ChatGPT) génère

MODULE 2 — 1h

Choisir et acheter son nom de domaine chez Infomaniak

Objectif : *comprendre ce qu'est un nom de domaine, savoir le choisir, l'acheter et le configurer.*

- Nom de domaine : extensions (.fr, .com, .net…) et règles d'un bon choix
- Trouver des idées de noms avec l'IA et vérifier leur disponibilité sur Infomaniak
- Acheter son domaine depuis le Manager Infomaniak (processus pas à pas)
- Zone DNS, redirections et protection des données du titulaire (Whois)

MODULE 3 — 1h30

L'hébergement web Infomaniak : choisir et configurer

Objectif : *comprendre les offres d'hébergement, souscrire la bonne formule et prendre en main le Manager Infomaniak.*

- L'hébergement web : mutualisé, cloud, serveur dédié — différences et usages
- Offres Infomaniak : choisir l'hébergement adapté à un site vitrine
- Prise en main du Manager Infomaniak : sites, bases de données, FTP, adresses email
- Lier le domaine à l'hébergement et activer le certificat SSL gratuit (HTTPS)
- Hébergement en Suisse : atouts (données, RGPD, écologie) et ressources du support Infomaniak

MODULE 4 — 1h30

Installer WordPress et Divi 5

Objectif : *installer WordPress depuis le Manager Infomaniak, maîtriser l'administration et activer Divi 5.*

- Installation de WordPress depuis le Manager Infomaniak (langue, identifiants admin)
- Découverte de l'interface : tableau de bord, menus, pages vs articles, médias, extensions
- Premiers réglages : titre, slogan, permaliens (URLs lisibles), nettoyage du contenu par défaut
- Installer et activer Divi 5 (compte Elegant Themes, clé API, mises à jour)

MODULE 5 — 2h

Du brief au prototype : zoning et maquette avec l'IA

Objectif : *structurer son site (arborescence, zoning) et valider un prototype avant de construire dans Divi.*

- Rédiger un mini-brief avec l'IA : cible, objectifs, messages clés, parcours utilisateur
- Arborescence du site vitrine : les pages indispensables
- Zoning des pages clés : hiérarchie de l'information, blocs, appels à l'action (UX)
- Vibe coding de prototype : générer une maquette HTML/CSS avec Claude (Artifacts) ou ChatGPT (Canvas)
- Itérer par prompt et valider le prototype : couleurs, typographies, ambiance (UI)

JOUR 2 — CRÉATION DU SITE AVEC DIVI 5, DIVI AI & VIBE CODING — 7h

MODULE 6 — 1h30

Découverte de Divi 5 et de Divi AI

Objectif : *comprendre la logique du Visual Builder de Divi 5 et créer ses premières mises en page.*

- Le Visual Builder de Divi 5 : sections, lignes, colonnes et modules
- Les modules clés : texte, image, bouton, vidéo, formulaire de contact
- Nouveautés Divi 5 : mise en page Flexbox, variables de design, préréglages (presets)
- Divi AI (abonnement Divi Pro) : générer une mise en page, un texte ou une image depuis un prompt
- Sans Divi Pro : bibliothèque de mises en page Divi et vibe coding avec Claude / ChatGPT

MODULE 7 — 2h

Création des pages essentielles du site

Objectif : *réaliser les pages indispensables d'un site vitrine à partir du zoning validé.*

- Traduire le zoning en sections Divi 5
- Page d'accueil : héro, services, témoignages, CTA (Divi AI ou Claude / ChatGPT)
- Page « À propos » : présentation, valeurs, équipe (rédaction assistée par IA)
- Pages « Services » et « Contact » : formulaire Divi, carte (Google Maps ou OpenStreetMap)
- Mentions légales et politique de confidentialité : trame générée par IA, à vérifier et compléter

MODULE 8 — 1h30

Vibe coding avec Claude et ChatGPT : JSON, CSS et JavaScript

Objectif : *modifier et enrichir son site par description en langage naturel, sans écrire le code soi-même.*

- Méthode de prompt : contexte (WordPress, Divi 5), objectif, contraintes, résultat attendu
- Pages et sections au format JSON : export/import via la portabilité Divi, génération ou adaptation par l'IA (limites et vérifications)
- CSS personnalisé par prompt : couleurs, espacements, effets hover, animations (CSS du module ou Options du thème)
- JavaScript et petits scripts : retour en haut, compteur, accordéon… (module Code ou Intégration Divi)
- Déboguer avec l'IA : décrire le problème, joindre une capture ou le code, tester sur une copie avant mise en ligne
- Atelier : personnaliser 3 éléments (section importée en JSON, header, effet hover)

MODULE 9 — 2h

Contenus, visuels et médiathèque

Objectif : *alimenter son site avec des contenus de qualité produits et optimisés grâce à l'IA.*

- Rédiger les textes avec l'IA (Claude, ChatGPT) : prompt efficace, ton, personnalisation
- Visuels avec Canva IA et Divi AI : bannières, illustrations, sections
- Formats web (WebP, JPEG, PNG, SVG) et optimisation du poids (Squoosh, TinyPNG)
- Créer ou importer un logo (Canva IA)
- Médiathèque WordPress : importer, insérer dans Divi, attributs ALT (SEO)

JOUR 3 — DESIGN, RESPONSIVE, SEO & MISE EN LIGNE

MODULE 10 — 1h30

Design global du site avec Divi 5

Objectif : *définir et appliquer une identité visuelle cohérente sur l'ensemble du site.*

- Couleurs globales et variables de design Divi 5 (primaire, secondaire, accent)
- Typographies globales, espacements et préréglages de boutons
- Theme Builder : créer le header (logo, menu, CTA ; transparent ou sticky)
- Theme Builder : créer le footer (mentions légales, liens, réseaux sociaux, copyright)
- Appliquer header et footer globaux à l'ensemble du site

MODULE 11 — 1h30

Responsive design, sécurité & extensions essentielles

Objectif : *s'assurer que le site s'affiche parfaitement sur tous les écrans et sécuriser son installation.*

- Responsive dans Divi 5 : points de rupture, prévisualisation mobile/tablette et ajustements
- Masquer des éléments selon le périphérique
- Sécurité : SSL (HTTPS), extension de sécurité, sauvegardes (Infomaniak et UpdraftPlus)
- Extensions essentielles : Yoast SEO, cache, bandeau de consentement cookies (RGPD)

MODULE 12 — 1h30

SEO de base pour être trouvé sur Google

Objectif : *appliquer les bases du référencement naturel pour améliorer la visibilité de son site.*

- Le SEO et ses 3 piliers : technique, contenu, popularité
- Configurer Yoast SEO : titres et méta-descriptions (optimisés avec Claude ou ChatGPT)
- Plan de site XML et soumission à Google Search Console
- Bonnes pratiques : balises H1/H2/H3, permaliens, textes alternatifs
- Vitesse du site : PageSpeed Insights et actions d'amélioration

MODULE 13 — 2h30

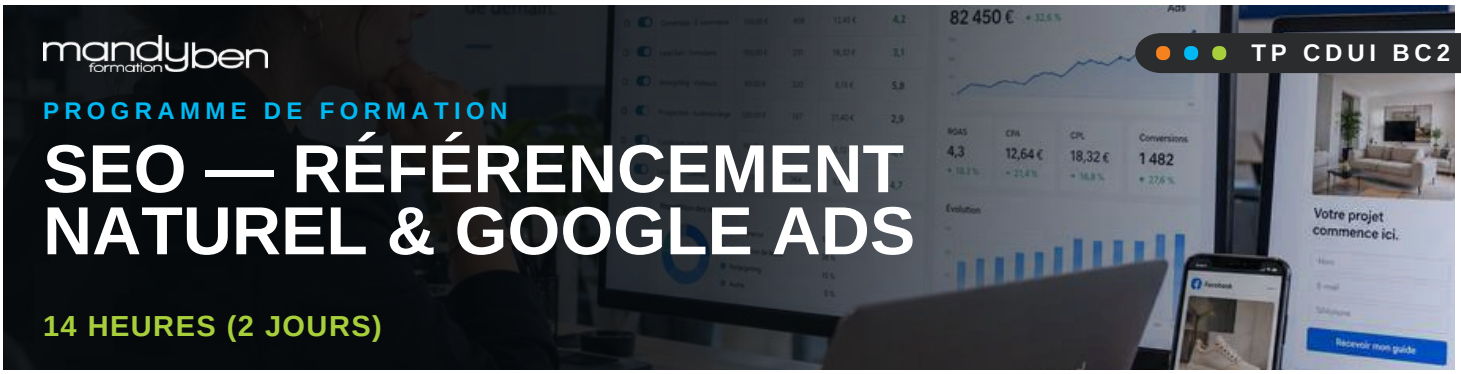
Publication, tests & présentation du site

Objectif : *finaliser, tester et mettre en ligne son site vitrine, puis le présenter au groupe.*

- Checklist : liens, formulaire, affichage mobile/tablette/desktop
- Vérifier mentions légales et passer le site en mode public
- Statistiques (Google Analytics 4) et Google Search Console
- Présentation des sites au groupe (3 à 5 min) et retours
- Bonnes pratiques de maintenance : mises à jour, sauvegardes, sécurité
- Ressources : documentation Divi 5 (Elegant Themes), guides et support Infomaniak, communautés WordPress

PLANNING SYNTHÉTIQUE

		MODULE	CONTENU	OUTILS
J1	1h	**M1 — Le web pour les débutants**	Internet, sites web, CMS, vocabulaire, vibe coding	
J1	1h	**M2 — Nom de domaine**	Choisir, acheter et configurer son domaine	Infomaniak, IA
J1	1h30	**M3 — Hébergement**	Offres, Manager Infomaniak, SSL, emails	Infomaniak
J1	1h30	**M4 — WordPress & Divi 5**	Installation, tableau de bord WP, activation Divi 5	Infomaniak, WordPress, Divi 5
J1	2h	**M5 — Zoning & prototype**	Brief, arborescence, zoning, maquette HTML/CSS	Claude, ChatGPT
J2	1h30	**M6 — Divi 5 & Divi AI**	Visual Builder, modules, presets, Divi AI (Pro)	Divi 5, Divi AI
J2	2h	**M7 — Pages essentielles**	Accueil, à propos, services, contact	Divi 5, Divi AI, Claude, ChatGPT
J2	1h30	**M8 — Vibe coding**	JSON, CSS, JavaScript, débogage par prompt	Claude, ChatGPT, Divi 5
J2	2h	**M9 — Contenus & visuels**	Textes IA, images, médias, logo	Canva IA, Divi AI, Claude
J3	1h30	**M10 — Design global**	Variables de design, typos, header/footer Theme Builder	Divi 5
J3	1h30	**M11 — Responsive & sécurité**	Mobile, tablette, SSL, sauvegardes, extensions	WordPress, Infomaniak
J3	1h30	**M12 — SEO de base**	Balises, URL, vitesse, Yoast SEO assisté IA	Yoast, Claude, ChatGPT
J3	2h30	**M13 — Publication & bilan**	Mise en ligne, tests, statistiques, présentation	WordPress, GA4, Search Console



TP CDUI BC2

PROGRAMME DE FORMATION

SEO — RÉFÉRENCEMENT NATUREL & GOOGLE ADS

14 HEURES (2 JOURS)

PUBLIC	Webmasters, responsables communication, chefs de projet, entrepreneurs, indépendants souhaitant améliorer leur visibilité sur Google.
PRÉREQUIS	Bonne connaissance de l'environnement informatique. Disposer d'un site web existant ou en cours de création est recommandé.
DURÉE	14 heures (2 jours) — 100% présentiel.
FORMALISATION	Attestation de fin de formation.

OBJECTIFS

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Comprendre et améliorer sa visibilité sur Google.
- Maîtriser les fondamentaux du SEO technique, rédactionnel et du netlinking.
- Mettre en place une stratégie de contenu assistée par l'IA.
- Analyser ses performances avec Search Console et Google Analytics 4.
- S'initier à Google Ads.

JOUR 1 — SEO TECHNIQUE, CONTENU & GOOGLE SEARCH CONSOLE — 7h

MODULE 1 — 1h

Comprendre Google pour mieux se référencer

Objectif : *comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche et les mécanismes clés du référencement.*

- Comment Google fonctionne : indexation, crawlers et budget de crawl
- Mises à jour Google : Panda, Penguin, Helpful Content au cœur de l'algo
- Recherche générative : AI Overviews, AI Mode et enjeu du GEO
- Métadonnées (title, description, Hn) et intention de recherche
- SEO, SEA et SEM : différences et complémentarité

MODULE 2 — 2h

SEO technique : les fondations d'un site bien référencé

Objectif : *identifier et corriger les problèmes techniques qui freinent le référencement d'un site.*

- Structure technique : architecture des URLs, permaliens, profondeur
- Balises title, meta-description et Hn : règles et structure sémantique
- Fichier robots.txt et sitemap XML
- Core Web Vitals (LCP, CLS, INP) et mesure via PageSpeed Insights
- Vitesse (compression, cache), responsive et indexation mobile-first
- SSL (HTTPS) ; pièges : contenu dupliqué, redirections, pages orphelines

MODULE 3 — 2h

Stratégie de contenu & rédaction SEO assistée par IA

Objectif : *construire une stratégie de mots-clés efficace et rédiger des contenus optimisés grâce à l'IA.*

- Recherche de mots-clés : principaux, secondaires, longue traîne et intention
- Outils : Google Suggest, Keyword Planner, Search Console, idées via Claude
- Rédaction SEO : contenu sémantique (entités) et structure H1-Hn-CTA
- Modèles rédactionnels : AIDA, PAS, listes, FAQ ; densité et lisibilité
- Rédaction avec Claude : brief SEO, article/page, réécriture optimisée
- Optimiser pour la recherche IA (GEO) et on-page avec Yoast SEO

MODULE 4 — 2h

Google Search Console : piloter son référencement

Objectif : *connecter, configurer et exploiter Search Console pour auditer et améliorer son référencement.*

- Connexion et vérification de propriété ; soumettre son sitemap XML
- Rapport de performance : clics, impressions, CTR, position moyenne
- Requêtes et pages : opportunités et pages à améliorer
- Couverture (indexation, erreurs), Core Web Vitals et liens détectés
- Nourrir sa stratégie : mots-clés en position 5-15 à optimiser en priorité

OUTILS UTILISÉS

Outils SEO et IA utilisés en pratique tout au long de la formation :

Claude Anthropi	Google Search Console	Google Analytics 4	Google Ads	Yoast SEO	PageSpeed Insights
Rédaction & stratégie SEO	Audit & suivi positions	Analyse du trafic	Référencement payé	Optimisation on-page	Performance technique

JOUR 2 — NETLINKING, GOOGLE ANALYTICS 4, GOOGLE ADS & AUDIT FINAL — 7h

MODULE 5 — 1h30

Netlinking, maillage interne & popularité

Objectif : *comprendre et mettre en place une stratégie de liens efficace pour renforcer l'autorité de son site.*

- Netlinking et PageRank : pourquoi les liens comptent ; follow vs nofollow, DA
- Maillage interne : cocon sémantique, pages orphelines (plan via Claude)
- Backlinks de qualité : annuaires, presse, partenaires, guest blogging
- Pratiques à éviter : fermes de liens, PBN, échanges massifs
- Analyser son profil de liens avec Search Console

MODULE 6 — 2h

Google Analytics 4 : analyser son trafic

Objectif : *configurer et exploiter GA4 pour comprendre le comportement des visiteurs et optimiser ses actions SEO.*

- GA4 : configuration de base et liaison avec Search Console et Google Ads
- Tableau de bord et rapports en temps réel
- Audience : démographie, géographie, appareils
- Trafic : canaux d'acquisition (organique, direct, référents, social, payant)
- Comportement : pages clés, engagement, temps passé, taux de rebond
- Rapports personnalisés et exploration (requêtes avancées, tableaux croisés)

MODULE 7 — 1h30

Google Ads : introduction au référencement payé

Objectif : *comprendre le fonctionnement de Google Ads et savoir créer une première campagne simple.*

- SEO vs SEA : complémentarité et choix stratégique
- Structure d'une campagne : compte, campagne, groupe d'annonces, annonce
- Types de campagnes : Search, Performance Max, Shopping, Demand Gen, Vidéo
- Enchères, score de qualité, placement ; Keyword Planner et AI Max pour Search
- Campagne Search : budget, zones, correspondance et mots-clés négatifs
- Rédiger des annonces (titres, extensions) avec Claude ; suivi des conversions

MODULE 8 — 2h

Audit SEO complet & plan d'action

Objectif : *réaliser un audit SEO complet de son site et produire un plan d'action priorisé grâce à l'IA.*

- Méthodologie : 4 dimensions (technique, contenu, popularité, UX)
- Croiser Search Console et GA4 pour un diagnostic complet
- Audit assisté par Claude : pré-diagnostic, checklist, 10 actions prioritaires
- Plan d'action : matrice impact/effort, calendrier, KPI SEO à suivre
- Présentation des audits au groupe (3 min) et retours
- Ressources : outils gratuits, blogs SEO de référence, veille algorithmique

PLANNING SYNTHÉTIQUE

		MODULE	CONTENU	OUTILS
J1	1h	**M1 — Fonctionnement de Google**	Indexation, algorithmes, recherche IA, métadonnées	Claude
J1	2h	**M2 — SEO technique**	Structure, vitesse, responsive, Core Web Vitals	PageSpeed, GSC
J1	2h	**M3 — Stratégie de contenu & rédaction**	Mots-clés, longue traîne, rédaction SEO assistée IA	Claude, Yoast
J1	2h	**M4 — Google Search Console**	Connexion, audit, positions, erreurs, sitemaps	Google Search Console
J2	1h30	**M5 — Netlinking & maillage interne**	PageRank, cocon sémantique, liens externes	Claude, GSC
J2	2h	**M6 — Google Analytics 4**	Tableau de bord, trafic, comportement, rapports	Google Analytics 4
J2	1h30	**M7 — Google Ads : introduction**	Types de campagnes, enchères, AI Max	Google Ads
J2	2h	**M8 — Audit SEO & plan d'action**	Audit complet du site, plan d'action assisté IA	Claude, GSC, GA4

mandyben formation

TP CDUI BC2

PROGRAMME AVANCÉ

CLAUDE PAR ANTHROPIC

14 HEURES (2 JOURS)



PUBLIC	Professionnels souhaitant exploiter les fonctionnalités avancées de Claude : MCP, Skills, Cowork, Code.
PRÉREQUIS	Formation Claude 7h ou pratique courante de Claude.ai. Compte Claude.ai actif avant la formation.
DURÉE	14 heures (2 jours) — présentiel ou distanciel.
FORMALISATION	Attestation de fin de formation.

OBJECTIFS

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Situer Claude, choisir le bon modèle (Haiku/ Sonnet/Opus) et gérer les crédits d'usage.
- Formuler des prompts structurés avec la méthode RCTFC.
- Exploiter le Chat : texte, image, code, Artifacts et projets.
- Configurer les connecteurs MCP et créer des compétences (Skills).
- Automatiser la bureautique avec Cowork et coder avec Claude Code.
- Mener en autonomie un projet métier intégrant Cowork et/ou Code.

OUTILS UTILISÉS

Écosystème Claude exploité tout au long du parcours :

Claude.ai	Connecteurs MCP	Skills	Claude Cowork	Claude Code	GitHub
Chat & Artifacts	Services externes	Compétences métier	Bureautique no-code	CLI & développement	Versioning & dépôts

JOUR 1 — FONDAMENTAUX & CHAT — 7h

MODULE 1 — 0h45

Claude & ses modèles

Objectif : *situer Claude parmi les assistants IA, choisir le bon modèle et gérer les crédits.*

- Positionnement de Claude vs ChatGPT, Gemini, Copilot
- Mission Anthropic : l'IA constitutionnelle
- Haiku · Sonnet · Opus : choisir selon l'usage
- Notion de crédits d'usage

MODULE 2 — 0h45

Méthode RCTFC

Objectif : *formuler des prompts structurés et performants avec la méthode RCTFC.*

- Les 5 composantes : Rôle · Contexte · Tâche · Format · Contraintes
- Exemples appliqués à des cas métier réels
- Exercice individuel : rédaction d'un prompt RCTFC

MODULE 3 — 1h30

Chat · Artifacts · projets

Objectif : *exploiter le Chat (texte, image, code), les Artifacts et les projets.*

- Texte, image, code : usages professionnels clés
- Artifacts : markdown, HTML, code, SVG
- Projets : contexte persistant pour ses conversations
- Cas pratique : Artifact métier en RCTFC

MODULE 4 — 1h00

Autonomie Chat

Objectif : *mettre en pratique le Chat en autonomie sur un livrable métier.*

- Choix libre d'un sujet métier
- Production d'un livrable Chat (Artifact, code, rédaction)
- Restitution collective rapide

MODULE 5 — 1h30

Connecteurs MCP

Objectif : *configurer les connecteurs MCP pour intégrer des services externes.*

- Model Context Protocol : principes
- Connecteurs : Drive, Gmail, Notion, Slack, GitHub…
- Configurer un connecteur MCP dans Claude.ai
- Cas pratique : Claude ↔ Google Drive

JOUR 2 — SKILLS · COWORK · CODE

MODULE 6 — 1h30

Compétences (Skills)

Objectif : *créer et activer des compétences (Skills) personnalisées spécialisées métier.*

- Spécialiser Claude sur des tâches répétitives
- Structure d'une compétence : description, instructions, exemples
- Rédiger les instructions en RCTFC
- Cas pratique : Skill sur un processus métier

MODULE 7 — 1h30

Claude Cowork

Objectif : *automatiser des tâches bureautiques avec Claude Cowork.*

- Outil desktop pour non-développeurs
- Connexion à l'écosystème local : fichiers, applis, web
- Usages : tri de fichiers, rédaction, extraction de données
- Cas pratique : automatiser une tâche quotidienne

MODULE 8 — 2h00

Claude Code

Objectif : *générer, réviser et déboguer du code avec Claude Code et GitHub.*

- CLI pour développeurs & techniciens
- Générer, réviser, déboguer depuis le terminal
- Intégration GitHub : branches, pull requests
- Cas pratique : démarrer un projet et le pousser sur GitHub

MODULE 9 — 2h00

Autonomie Cowork & Code

Objectif : *travailler en autonomie sur un projet métier intégrant Cowork et/ou Code.*

- Projet personnel combinant Cowork et/ou Code
- Travail autonome avec soutien du formateur
- Présentation & discussion des projets

BILAN — CONCLUSION & RESSOURCES — 1h00

Objectif : *consolider les acquis et identifier les ressources pour aller plus loin.*

Synthèse : carte mentale des fonctionnalités Claude	Ressources : docs.anthropic.com, Claude.ai, communauté Anthropic	Perspectives : API Claude, Claude for Enterprise	Questions / réponses et suivi post-formation

PLANNING SYNTHÉTIQUE DE LA FORMATION

		MODULE	CONTENU CLÉ
J1	0h45	**M1 — Claude & ses modèles**	Positionnement, mission Anthropic, modèles, crédits
J1	0h45	**M2 — Méthode RCTFC**	5 composantes, exemples, exercice individuel
J1	1h30	**M3 — Chat · Artifacts · projets**	Texte/image/code, Artifacts, projets, cas pratique
J1	1h00	**M4 — Autonomie Chat**	Sujet métier, livrable Chat, restitution
J1	1h30	**M5 — Connecteurs MCP**	MCP, connecteurs, configuration, cas Drive
J2	1h30	**M6 — Compétences (Skills)**	Spécialisation, structure, RCTFC, cas pratique
J2	1h30	**M7 — Claude Cowork**	Desktop, écosystème local, usages, automatisation
J2	2h00	**M8 — Claude Code**	CLI, débogage, GitHub, cas pratique
J2	2h00	**M9 — Autonomie Cowork & Code**	Projet personnel, autonomie, présentation
J2	1h00	**Bilan — Conclusion & ressources**	Synthèse, ressources, perspectives, Q/R

mandyben formation

CERTIFICATION - EXPLICATION

CONCEPTEUR DESIGNER

USER INTERFACE

BLOC 2

Contribuer
à la gestion et au suivi d'un projet de communication numérique

CRÉER
INNOVER
DÉVELOPPER



mandyben formation

CERTIFICATION · CCP 2

TP Concepteur Designer UI

Contribuer à la gestion et au suivi d'un projet de communication numérique

ÉPREUVE : 45 MIN



30 MIN · PRÉSENTATION

Présentation du projet

15 MIN · JURY

Questions sur le projet

OBJECTIF & COMPÉTENCES

Présenter une stratégie webmarketing préparée ou mise en œuvre dans le cadre d'un projet réalisé en entreprise ou en centre de formation. Aucun commanditaire réel n'est nécessaire.

- ✓ Mettre en œuvre une stratégie webmarketing.
- ✓ Assurer une veille professionnelle et développer les compétences collectives de son équipe.

DÉROULEMENT DE L'ÉPREUVE

30 min · Présentation

Présenter le projet comme devant un client, à l'aide d'un support préparé à l'avance.

15 min · Questions du jury

Répondre aux questions sur le projet et les choix présentés.

À RETENIR

Durée totale : 45 minutes. Aucun entretien technique ni questionnaire professionnel supplémentaire.

PRÉSENTATION ORALE

CONTEXTE · Entreprise / service et contexte du projet

STRATÉGIE · Actions webmarketing pour faire connaître le site

OPTIMISATIONS · Améliorations et perspectives d'évolution

BILAN · Synthèse, satisfactions et difficultés

DOSSIER À REMETTRE AU JURY

01	Résumé du projet (environ 1 200 caractères hors espaces)
02	Cahier des charges et limites du projet
03	Objectifs du projet
04	Fiche persona : cible, ton et axe de communication
05	Nom de domaine proposé et justification
06	Calendrier éditorial : 15 à 45 publications sur le réseau social choisi
07	Étude de cas d'un site concurrent
08	Rapport SEO du site

MATÉRIEL & PRÉPARATION

Ordinateur portable, téléphone ou tablette autorisés. Prévoir un support lisible, justifier les choix effectués et répéter la présentation pour tenir les 30 minutes.