

BAC+4/5 | MSc

DIRECTION ARTISTIQUE & UX/UI LEAD DESIGN



Certification délivrée :

Titre RNCP 38589 de niveau 7 certifié par l'État
Directeur artistique | Code diplôme 16X32101

Paris

Tarif 2024-2025 :

Campus de Lyon et Bordeaux : 21 100€

Pour les Bac+4 en initial : 9 800€

Admissions parallèles en Bac+5 en alternance : 10 800€

Admissions parallèles en Bac+5 en initial : 10 300€

Campus de Paris : 21 450€

Pour les Bac+4 en initial : 9 950€

Admissions parallèles en Bac+5 en alternance : 10 950€

Admissions parallèles en Bac+5 en initial : 10 450€

Effectif groupe : 25

Programme de 2 ans : septembre 2024 - septembre 2026

Rythme d'alternance 24 mois :

1 semaine de cours et 3 semaines en entreprise

Accessible parcours handicap



Les métiers de la création digitale enregistrent une demande élevée de la part des entreprises (étude PageGroup 2022). Avec la place grandissante de l'économie de l'expérience, les marques recherchent des profils en mesure de comprendre les enjeux stratégiques et les contextes d'usages. Ce programme vise à former des créatifs capables de concevoir des univers de marques centrés utilisateurs et de créer des interfaces porteuses de sens. Il permet d'acquérir les compétences nécessaires pour s'inscrire dans les innovations technologiques, nouveaux terrains d'expérimentation des marques.

Objectifs, compétences et aptitudes

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

Etudier les enjeux stratégiques et business d'une marque. Réaliser des benchmarks, analyser des campagnes et les performances associées, les tendances créatives et technologiques ainsi que les univers de marque. Mettre en œuvre et analyser la veille créative et stratégique.

Piloter la relation client

Suivre et gérer le budget en tenant compte des objectifs du client et du budget alloué. Réunir les compétences techniques et créatives adéquates et être en mesure de défendre les projets (soutenance orale ou élaboration d'un dossier) et les partis-pris créatifs. Piloter la production de la stratégie créative.

Analyser et élaborer une stratégie

Analyser la stratégie du commanditaire et identifier ses besoins pour proposer des axes créatifs. Savoir observer et comprendre les usages des consommateurs. Transformer les insights stratégiques en insights créatifs. Imaginer des campagnes, concevoir des dispositifs en adéquation avec les objectifs marketing de la marque et de son budget.

Connaître les outils techniques de la création et comprendre leurs usages

Suivre et connaître les évolutions techniques dans le domaine de l'audiovisuel et leur impact sur la culture graphique, pour les utiliser comme source de créativité.

Élaborer le concept créatif et piloter sa mise en œuvre

De l'idée à la réalisation graphique, élaborer des projets créatifs à partir d'axes artistiques définis et savoir travailler sur les différentes étapes de la conception d'une campagne ou tout autre dispositif créatif (print, éditorial, digital, retail, événementiel, audiovisuel...) avec des équipes pluridisciplinaires.

Manager un projet et une équipe pluridisciplinaire

Collaborer, décider voire diriger sont des aptitudes professionnelles que les étudiants 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.

Principaux cours

Bac-4, 1^{ère} Année

- Design d'expériences digitales
- Design graphique
- Design thinking
- Droit de la création
- É co-conception
- Outils de prototypage
- Prise de parole
- Production audiovisuelle et nouvelles technologies
- Product design
- Sciences cognitives
- Techniques créatives

Bac-5, 2^e Année

- Branding et design system
- Design comportemental
- Design et technologies
- Design éthique et responsable
- Design fiction
- Expérience et innovation
- Intelligence collective et facilitation
- Projet professionnel
- Stratégie expérientielle

Logiciels :

La suite Adobe est fournie dans le cadre de la formation.

Figma
ProtoPie
Photoshop
Illustrator
After Effects
Premiere Pro



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 dans les domaines du digital, de la communication, du marketing ou du webmarketing, présenter un book créatif (il est préférable de ne pas utiliser Canvas et de privilégier la Suite Adobe) et satisfaire aux épreuves de sélection de l'établissement (ou équivalent s'il s'agit d'un candidat étranger).

Plus pédagogiques & évaluation

La validation de l'année 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 apprenants 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 étudiants présentent leur book à des professionnels du secteur. Le Book Day est un véritable entretien-tremplin qui permet aux étudiants créatifs 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 apprenants 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 visés

Directeur artistique digital
UX/UI Designer
Designer d'interaction

Product Designer
Brand designer

Poursuite d'études

Recherche & Innovation Créative

