

## Création Graphique

**Mention** (cochez la mention et le parcours concerné)

APAS	IEAP BTI	IEAP IEMH	IEAP FHIE	MS	EOPS
				X	

**Semestre d'étude** (cochez le semestre relatif à l'enseignement)

Master APAS				Master MS				Master EOPS				Master IEAP	Master IEAP		Master IEAP		Master IEAP		Master IEAP		
S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S3	S4	S3	S4		
													IEMH/BTI								
							X														

**Nature et volume du cours** (renseignez le nombre d'heures ou de semaines de stage relatifs à l'enseignement)

Cours magistral (CM)	Travaux dirigés (TD)	Pédagogie Active	Travail Personnel Etudiant	Stage
h	20 h	h	h	semaines

**Objectifs de l'enseignement** (précisez en quelques lignes les notions abordées, les connaissances et/ou compétences visées par l'enseignement)

Cet enseignement vise à permettre aux étudiants de concevoir, analyser et déployer une **stratégie de communication visuelle cohérente et professionnelle** pour une structure sportive (club, organisation, projet entrepreneurial).

À l'issue du cours, les étudiants seront capables d'analyser une identité visuelle existante, de construire un **plan de communication**, de formaliser une **charte graphique complète**, et de produire des **visuels adaptés aux différents supports de communication**, en intégrant de manière critique et raisonnée les **outils numériques et l'intelligence artificielle**.

### Mots-clés

Communication visuelle, identité de marque, plan de communication, charte graphique, cohérence visuelle, stratégie de marque, positionnement, publics cibles, ligne éditoriale, design graphique, storytelling visuel, réseaux sociaux, supports de communication, création de visuels, outils numériques, intelligence artificielle, reporting, évaluation des actions.

### Compétences à acquérir

Analyser une stratégie de communication visuelle existante  
 Définir des objectifs de communication clairs et mesurables  
 Construire un plan de communication structuré et opérationnel  
 Concevoir une charte graphique complète et cohérente  
 Produire des visuels adaptés aux supports digitaux et print  
 Utiliser des outils de création graphique et des outils d'IA  
 Justifier des choix graphiques et stratégiques  
 Adapter une identité visuelle aux publics cibles et aux usages numériques  
 Présenter et défendre une stratégie visuelle à l'oral et à l'écrit

### Modalités d'évaluations envisagées (CC + SAE) :

Réalisation d'une charte graphique et d'un plan de communication

**Plan de cours :**

1. Introduction à la communication visuelle dans le sport

Rôle de l'identité visuelle dans une organisation sportive  
Enjeux de cohérence, de lisibilité et de différenciation  
Exemples de stratégies visuelles dans le sport

2. Le plan de communication

Définition et objectifs  
Analyse de la situation (interne / externe / publics)  
Définition des objectifs de communication  
Stratégie, messages clés et canaux  
Plan d'action, budget, suivi et évaluation

3. L'identité de marque et la charte graphique

Fondements de l'identité de marque (objectifs, valeurs, discours, cibles)  
Rôle et utilité d'une charte graphique  
Présentation des éléments constitutifs

4. Construction d'une charte graphique

Logo et règles d'utilisation  
Palette de couleurs  
Typographies  
Traitement des images  
Mise en page et design  
Ton et style de communication  
Déclinaison sur les supports (print, web, réseaux sociaux, signature mail)

5. Création de visuels

Typologie des visuels à produire  
Adaptation aux formats digitaux  
Logique événementielle et institutionnelle  
Templates web et mobile

6. Outils de création graphique et intelligence artificielle

Outils de création graphique accessibles  
Apports et limites des outils d'IA  
Retouche, génération d'images, mise en forme  
Bonnes pratiques et regard critique

7. Mise en pratique et évaluation

Travail sur un projet réel ou fictif  
Production des livrables  
Présentation et justification des choix stratégiques et graphiques

**Bibliographie indicative :**

Kapferer, J.-N. (2012). The New Strategic Brand Management. Kogan Page.

Wheeler, A. (2017). Designing Brand Identity. Wiley.

Lindon, D., Lendrevie, J., Lévy, J. (2020). Mercator – Théorie et pratique du marketing. Dunod.

Gobé, M. (2010). Emotional Branding. Allworth Press.

Paris 2024 – Charte graphique officielle

Chartes graphiques institutionnelles (universités, fédérations, organisations sportives)