

Technologies immersives



En bref

- > Langues d'enseignement: Français
- > Ouvert aux étudiants en échange: Oui

Présentation

Objectifs

Initier les participants à l'utilisation des technologies de réalité virtuelle et réalité augmentée en marketing & communication pour créer des contenus innovants et engageants dans un plan de communication digital multicanal.

Objectifs

- # Maîtriser les fondamentaux des technologies de réalité virtuelle et réalité augmentée
- # Appréhender les usages de la VR/AR en marketing & communication
- # Connaître les différents casques de réalité virtuelle (3DOF, 6DOF)
- # Connaître les usages de la VR/AR en marketing & communication
- # Connaître les apports de la VR/AR sur le retail, l'expérience client, la réduction des coûts
- # Appréhender les outils de créations d'expériences en VR/AR

Heures d'enseignement

CM	Cours Magistral	7,5h
TD	Travaux Dirigés	7,5h

Pré-requis obligatoires

Les bases du Marketing digital, curiosité pour les nouvelles technologies

Plan du cours

1. Introduction aux technologies immersives
 - Terminologies (VR, AR, MR, XR, ...)
 - Différences
1. Utilisation en marketing & communication
 - Vers un nouveau marketing plus engageant
 - Impact émotionnel
 - Cas d'usages
1. Apports en marketing / business
 - Augmenter les ventes retail
 - Prolonger l'expérience client
 - Enrichir un support digital ou non digital
 - Réduire les coûts
1. Présentation des matériels et des acteurs
 - La réalité virtuelle : casques, marché, évolution
 - La réalité augmentée : lunettes, casques, smartphones
 - Caméras 360 degrés pour la VR
 - Les principaux acteurs
1. Ateliers d'expérimentations
 - Prise en main des casques VR (smartphone, autonome, 6Dof)
 - Test expériences réalité augmentée sur smartphone
 - Découverte des caméras 360 degrés
 - Le format VR 360 degrés sur Facebook et YouTube
1. Création d'un filtre de réalité augmentée sur Snapchat et/ou sur Instagram
 - Prise en main de l'interface
 - Travail sur une trame
 - Création libre
 - Publication de l'effet
1. Gestion de projet avec les réalités virtuelle et augmentée
 - Les bonnes pratiques et les erreurs courantes
 - Sélection de la technologie et des acteurs de la mise en oeuvre
 - Préparation en groupe d'un cas concret
 - Restitution orale
1. Conclusion
 - Les tendances sur les 5 prochaines années de la réalité virtuelle et la réalité augmentée

Compétences visées

- Être capable d'initier et gérer un projet intégrant les technologies VR/AR
- Être capable de sélectionner la bonne technologie et les bons outils VR/AR par rapport à ses objectifs
- Écrire une stratégie marketing intégrant la VR et/ou l'AR
- Savoir intégrer l'AR/VR dans une stratégie de communication multicanal
- Savoir choisir les acteurs de la mise en œuvre

Bibliographie

Thèse professionnelle :

https://www.slideshare.net/slideshow/embed_code/key/ETZa7RL62XGRZO

Livres :

The fourth transformation, Robert Scoble, Shel Israel, 2016

Théorie de la réalité virtuelle, Philippe Fuchs, Presses des Mines, 2018

Documents :

Accenture. (2016). liquid-workforce-tech-vision-2016-trend-2. Retrieved from

<https://www.slideshare.net/AccentureTechnology>

Eckert pwc.com, V. H. (2016, February). a-guide-to-the-essential-eight-emerging- technologies. Retrieved from <http://pwc.blogs.com/>:

<http://pwc.blogs.com/ceoinsights/2016/08/a-guide-to-the-essential-eight-emerging- technologies.html>

gartner.com. (2017, Août). top-trends-in-the-gartner-hype-cycle-for-emerging-technologies- 2017. Retrieved from <https://www.gartner.com: https://www.gartner.com/smarterwithgartner/top-trends-in-the-gartner-hype-cycle-for- emerging- technologies-2017/>

idc.com. (2017, Mars). Worldwide Augmented and Virtual Reality Headset Market Expected to Grow at a Compound Annual Rate of 58%, Reaching 99.4 Million Units in 2021, According to IDC. Retrieved from <https://www.idc.com: https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS42371517>

Infos pratiques

Lieux

➤ Annecy-le-Vieux (74)

Campus

➤ [Annecy / campus d'Annecy-le-Vieux](#)