

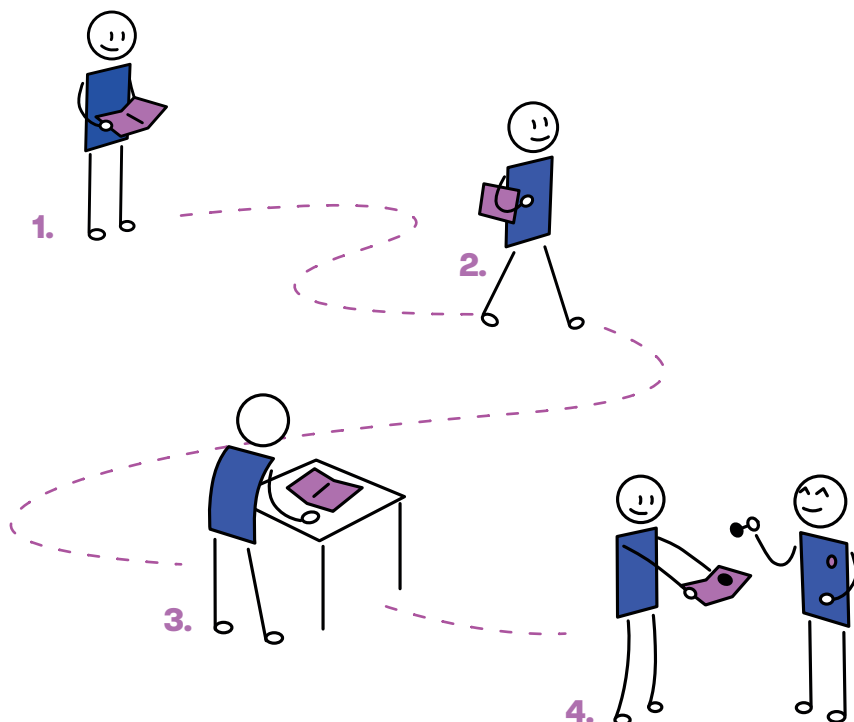
CARNET : MODE D'EMPLOI

Cher-e futur-e étudiant-e, bienvenue dans l'aventure MMI !

Ce carnet va te permettre de vivre une expérience immersive dans nos projets : tu y trouveras des exemples de projets réalisés dans les différentes matières du MMI, ainsi que des jeux !

Voici comment il fonctionne :

1. Choisis dans le carnet une **matière qui t'intéresse**
2. Rejoins la **salle correspondante** (regarde sur le plan !).
3. Dans la salle, **renseigne-toi** et **réponds au jeu du carnet** en échangeant avec les étudiant-es ou enseignant-es présents.
4. Tu as bien répondu ? Un étudiant valide ton quizz ou ton activité d'un **coup de tampon sur le carnet** ! Ils sont tous à ta disposition et n'attendent que tes questions.



BUT MMI

SOMMAIRE

01	Carnet : mode d'emploi
04	MISSION MMI
05	Plan de la Journée Portes Ouvertes
06-08	Concevoir une expérience Web
09	Marketing
10	Gestion de projet
11	Communication
12	Anglais
13- 15	Audiovisuel
16 - 18	Création graphique
19 - 20	La formation
21 - 23	Espace prise de notes

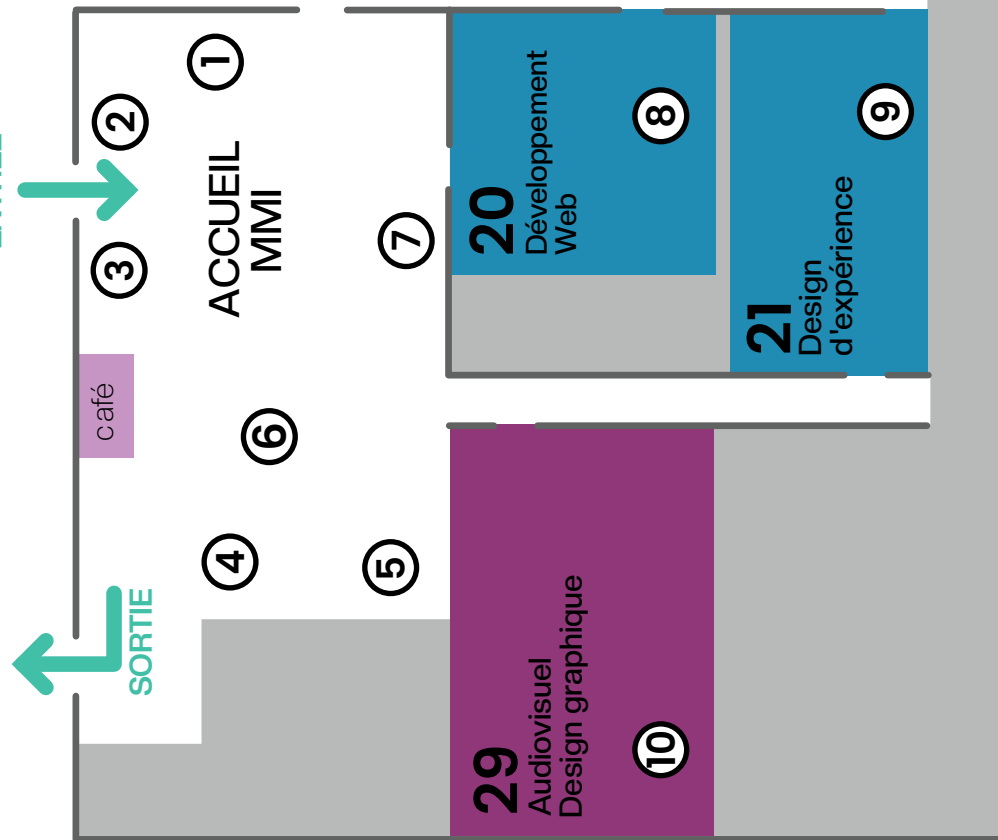
MISSION MMI

Tu es curieux-se, aventurier-e ou joueur-se, et tu souhaites découvrir la formation MMI sous toutes ses facettes (logements, internat, activités, parcours, avenir et bien plus encore) ?

Scanne le QR code et embarque pour une aventure unique !



ENTRÉE



LES RENDEZ-VOUS

- ① Le mot du chef de département chaque demi-heure

Retrouve les enseignant-es et étudiant-es dans les salles thématiques.

LES ACTIVITÉS

- ② Départ Chasse au trésor
- ③ Départ Carnet découverte
- ④ Stand du festival À l'West Fest
- ⑤ MMI'Immersion
- ⑥ Expo des réalisations
- ⑦ Atelier VRv
- ⑧ Développement web
- ⑨ Robots
- ⑩ Photoshoot
- ⑪ Podcasts

16

Communication
Marketing
Anglais

11

Concevoir une expérience Web

Grégoire Cliquet - Youen Thirion - Alexandre Picogna

1

PROJET CONFIZ

SAÉ 2.03 - CONCEVOIR UN SITE WEB

Dans le cadre d'un projet autour d'une confiserie fictive, les étudiant-es ont suivi une **démarche complète d'analyse des valeurs et besoins de l'entreprise**. À travers des phases d'idéation et de recherches graphiques, ils ont conçu une **expérience utilisateur cohérente** et développé une **charte graphique fidèle à l'identité de la marque**.

Cette réflexion a débouché sur la création de maquettes détaillées, servant de base à la conception du site internet. Les étudiant-es ont ensuite intégré les différentes pages prévues dans leurs maquettes, en utilisant les technologies **HTML, CSS, PHP et JavaScript**, pour proposer une solution web fonctionnelle et conforme aux attentes du projet.

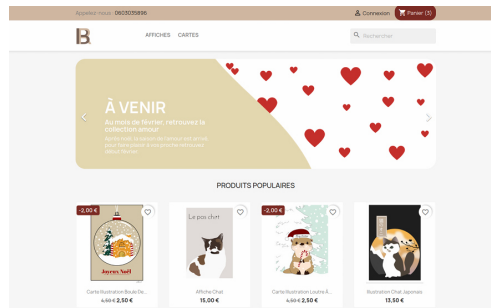


BUT 2 - Réalisé par Camille Dréan, Ethan Collin

2

PROJET PRESTASHOP DÉPLOIEMENT DE SERVICES

Dans le cadre d'un projet dédié au développement d'une solution de **e-commerce**, les étudiant-es ont utilisé la plateforme **Prestashop** pour répondre aux besoins d'une boutique en ligne sur le sujet de leur choix. Après une phase **d'analyse des attentes commerciales et des exigences fonctionnelles**, ils ont travaillé sur la personnalisation du thème, la configuration des modules, ainsi que l'organisation du catalogue produit.



3

PROJET AGRÉGATEUR SALLE DE CONCERT CRÉATION & DESIGN INTERACTIF

Dans le cadre de ce mini-projet, les étudiant-es devaient concevoir une **interface utilisateur (UX/UI)** pour un site Web mobile et responsive visant à promouvoir l'activité culturelle dans le Trégor. L'objectif était d'agréger la programmation des cinq principales salles de spectacles de la région afin de faciliter l'accès à l'offre culturelle.

UI DESIGN

Typography

Heading 1 and 2

Font : Viga

Display
Font : Nunito, regular 400

Colors



Buttons



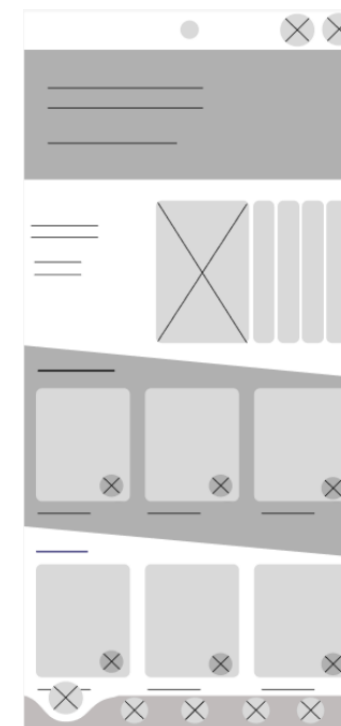
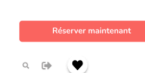
Components / Elements



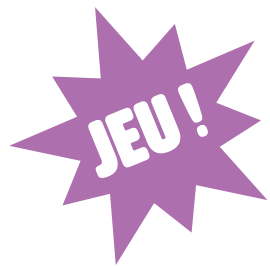
Logo



Clic



BUT 2 - Réalisé par Kelline Bequet, Maud Le Guen



Rends-toi en salle 021 pour réaliser ton propre wireframe ! Puis fais valider ton travail par un-e étudiant-e.



Marketing

Corinne Schuchard - Sophie Marchand

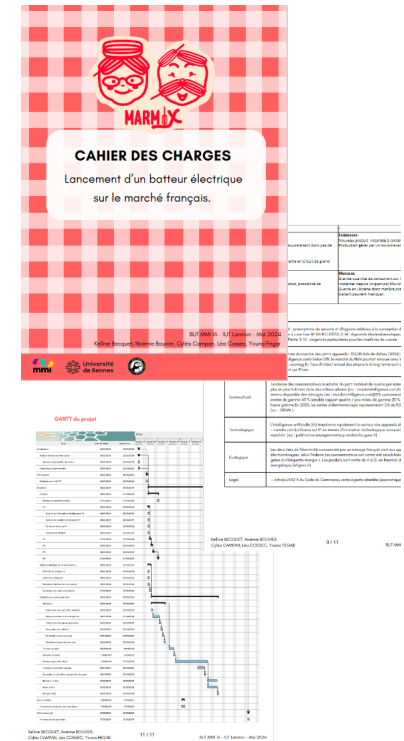


PROJET PLANMIX SAE 2.02 - CONSEVOIR UN PRODUIT OU SERVICE

Cette SAE place les étudiant-es dans le rôle d'une équipe de marketing chargée de commercialiser un produit de grande consommation.

Les étudiant-es doivent :

- Construire la **proposition de valeur du produit** (qu'est-ce qui rend mon produit attractif ?)
- Concevoir une **campagne de communication stratégique** (plan de communication, réseaux sociaux...)
- Créer une **publicité** adaptée à une cible francophone
- Assurer la **gestion et le suivi du projet** : budget, documents et outils de suivi



BUT 2 - Réalisé par Kelline Becquet, Cyléa Campan, Youna Fegar, Léa Cossec, Noémie Bouvier



Les étudiant-es ont également réalisé une publicité de présentation produit d'une durée de 30 secondes en 10 à 15 plans maximum avec éclairage.

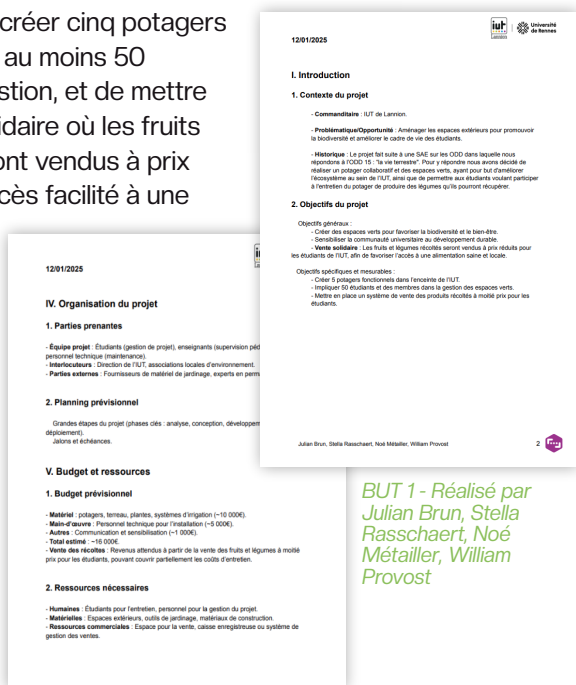


PROJET ODD SAÉ 106 - GÉRER UN PROJET DE COMMUNICATION

Dans le cadre d'un projet porté par l'IUT de Lannion, les étudiant-es ont travaillé sur l'**aménagement des espaces extérieurs** afin de promouvoir la biodiversité et d'améliorer le cadre de vie sur le campus. Ce projet s'inscrit dans la continuité d'une SAÉ dédiée aux Objectifs de Développement Durable (ODD), répondant spécifiquement à l'ODD 15 : "la vie terrestre."

Le projet ambitionne de créer cinq potagers fonctionnels, d'impliquer au moins 50 étudiant-es dans leur gestion, et de mettre en place un système solidaire où les fruits et légumes récoltés seront vendus à prix réduit, permettant un accès facilité à une alimentation locale et saine.

Les objectifs visent à sensibiliser la communauté universitaire au **développement durable** tout en favorisant la biodiversité et le bien-être.



Communication

PROJET À L'WEST FEST SAE 102 - RECOMMANDATION NUMÉRIQUE

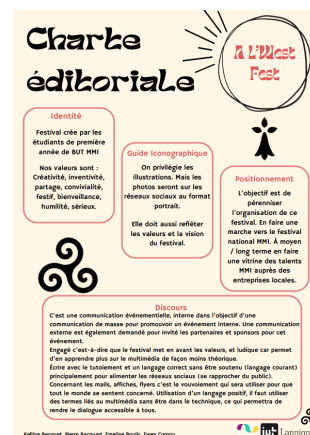
Dans le cadre du festival multimédia MMI de Lannion, il a été demandé aux étudiant-es de concevoir une **charte éditoriale dédiée à l'événement**. Ce projet pédagogique vise à les sensibiliser aux enjeux de la communication stratégique, en leur confiant la création des éléments clés définissant l'identité et les valeurs du festival. L'objectif est de mettre en avant leur **créativité**, leur **maîtrise des outils multimédia** et leur capacité à traduire une vision en une **communication claire et cohérente**. Ce travail s'inscrit pleinement dans leur formation en communication numérique.



BUT 2 - Réalisé par Cyléa Campan, Célyla Le Guilloux

PROJET WEBMAGAZINE ÉCRITURE MULTIMÉDIA & NARRATION

Dans ce cours, l'objectif est de familiariser les étudiant-es avec la création de contenus pour le web, à travers un **projet de webmagazine multimédia**. Le projet conduit à concevoir une ligne éditoriale, rédiger des articles, et intégrer différents formats comme le texte, le son et la vidéo. Le projet met en pratique les principes de **narration journalistique et documentaire** adaptés aux plateformes numériques. À la fin du cours, les étudiant-es seront capables de créer un webmagazine, de produire des contenus variés et enrichis par du **multimédia**.



BUT 1 - Réalisé par Kelline Becquet, Pierre Bacquart, Emeline Boulic, Ewen Cornou

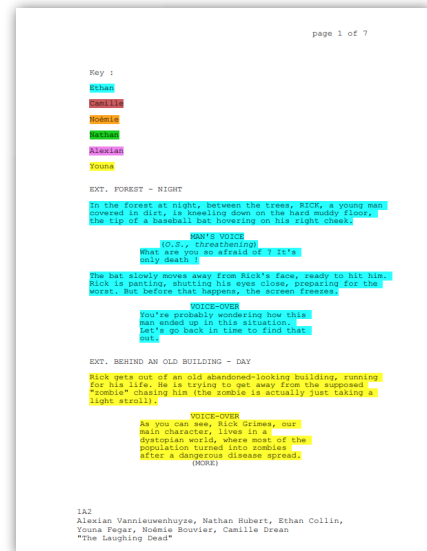
Anglais

Anne Pullen

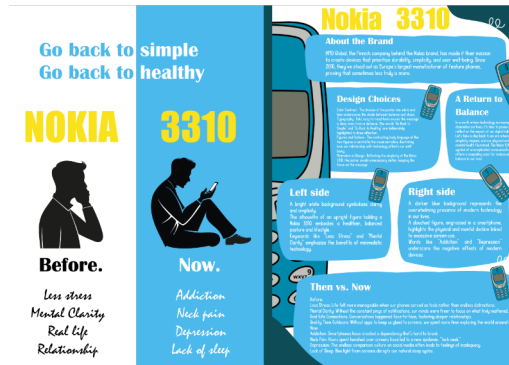
3

PROJET PARODIE DE FILM ANGLAIS

Par petits groupes, les étudiant-es doivent choisir un film ou une série et en faire une parodie. Pour cela, ils devront réaliser tous les documents techniques nécessaires : **script**, **storyboard**, et **shotlist** en anglais. Ensuite, ils devront **filmer** et **monter** la parodie.



BUT 2 - Réalisé par Ethan Collin, Camille Dren, Némée Bouvier
Nathan Hubert, Alexian Vannieuwenhuyze, Youna Fegar



BUT 2 - Réalisé par Ethan Mancelon, Youenn Perzo

PROJET AFFICHE NOKIA 3310 ANGLAIS

Le défi lancé aux étudiant-es est de créer un **poster publicitaire** destiné à relancer les ventes de ce téléphone mythique, connu pour ses nombreuses qualités, comme le fait d'être étanche et incassable. Le poster final doit être composé d'une affiche avec un visuel, accompagnée d'une description expliquant le choix des couleurs, des cibles et du slogan.

4

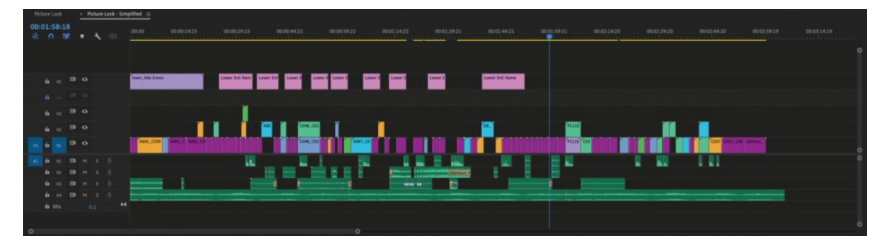
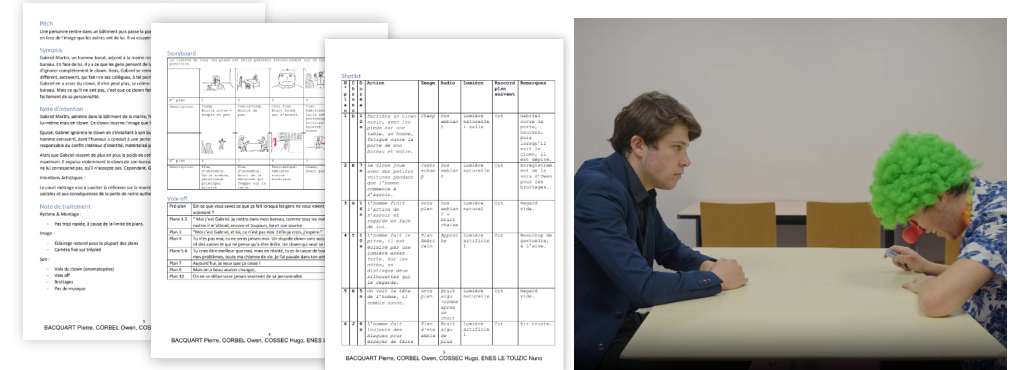
Audiovisuel

François GAILLARD - Benoist DEGONNE - Alan L'ESTIMÉ

PROJET FICTION & PUBLICITÉ ÉCRITURE MULTIMÉDIA & NARRATION

En audiovisuel, la 1^{ère} année est placée dans le monde du **cinéma de fiction**. Les étudiants y réalisent un mini court-métrage, depuis l'**écriture** jusqu'au **montage**, en passant par le scénario, le **storyboard** et le **tournage**. Ce projet leur permet de rencontrer les différents

métiers de la chaîne de production audiovisuelle. Le point de départ de ce projet ? Un pitch présentant le début du film... Il reste à imaginer la suite, et la mettre en image et en son !



BUT 2 - Réalisé par Pierre Bacquart, Owen Corbel, Hugo Cossec, Nuno Enes Le Touzic





BUT 2 - Réalisé par Tom Le Breton, Camille Thomas, Hugo Cossec, Maël Guilgars, Quentin Moenner



2

PROJET INTERVIEW
Audiovisuel

créa*ut*

Après une 1^{ère} année autour de la fiction et de la publicité, la 2^{ème} année est consacrée au **reportage** et au **documentaire**.

Les étudiant-es sont amené-es à organiser puis réaliser des interviews réelles, pour construire un **petit reportage de 5 minutes** sur un sujet choisi, composé d'interview et de plans

d'illustrations.

Aisance de montage vidéo et post-production image et son sont les nouveautés de la 2^{ème} année.

Exemple : *La régates des IUT*, un reportage qui présente l'équipe MMI de l'édition 2025.

3

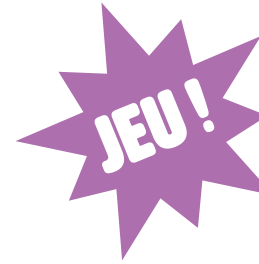
PROJET DISPOSITIF INTERACTIF Audiovisuel



En 3^{ème} année, les étudiants réalisent des **films** ou des **installations** en réponse à des commandes de vrais clients.

Par exemple, ce dispositif interactif, commande de l'aquarium de Trégastel qui a mobilisé toutes les matières de la formation MMI (développement web, graphisme et design UI/UX), créant ainsi une **expérience interactive immersive et pédagogique**.

L'un des systèmes proposés permet aux visiteurs d'interagir avec le sol en marchant sur des éléments spécifiques, et d'obtenir des informations et explications projetées sur un écran. Ce dispositif met en valeur les fonds marins, avec une attention particulière portée sur l'invisible, en dévoilant ce qui est habituellement caché sous l'eau.



Réponds à ces quelques questions, puis fais valider tes réponses par un-e étudiant-e...

1 - Quel paramètre de l'appareil photo permet de modifier la profondeur de champ ?

- ☐ la vitesse d'obturation
- ☐ les ISO
- ☐ l'ouverture

2 - La règle des tiers est une règle liée :

- ☐ au mouvement de caméra
- ☐ au cadrage
- ☐ à la direction d'acteur

3- On dit que l'oreille distingue les graves, les mediums, les aigus. Ces notions se mesurent en :

- ☐ Décibels
- ☐ Hertz
- ☐ Bécquerel



1 PROJET PORTRAIT PRODUCTION GRAPHIQUE

En partant d'une photo de portrait de leur choix, les étudiant-es doivent créer une image **graphique et percutante**. En associant formes, couleurs, matières, mise en page dans un logiciel de retouche d'image, ils se s'attachent à **détourner, transformer et mettre en valeur** la photo originale pour créer un résultat unique.



BUT 1 - Réalisé par Léo Férezou

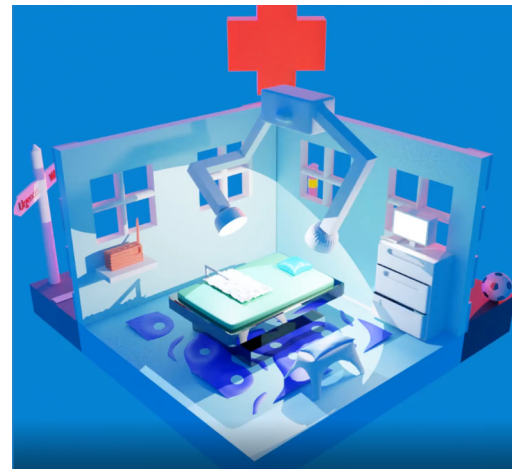
2 PROJET AFFICHE DE FILM CULTURE ARTISTIQUE

Dans une première phase, les étudiant-es doivent réaliser une planche visuelle **analysant les caractéristiques formelles** d'une affiche (formes, couleurs, typographie, mise en page, etc.), afin d'en extraire le principe graphique.

Dans un second temps, il leur est demandé de ré-appliquer ce **principe graphique** à un film pour produire une nouvelle affiche, mais en réutilisant les codes graphiques employés dans l'affiche originale.



BUT 1 - Réalisé par Julie-Anne_Horel



BUT 3 - Réalisé par Bertille Flohic

PROJET DIORAMA 3D

Dans le cadre du cours de 3D, les étudiant-es doivent réaliser un petit diorama dans l'univers de leur choix en passant par toutes les étapes de construction d'une scène 3D : **modélisation, textures et éclairage**. Le résultat doit dégager une ambiance identifiable et stimulant l'imaginaire.

3

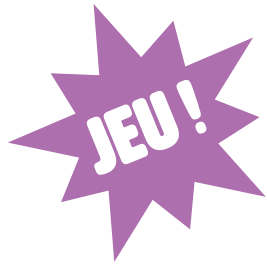
4 PROJET LOGO PARTENAIRE PRODUCTION GRAPHIQUE

Dans le cadre d'un projet global avec de **véritables partenaires**, les étudiant-es produisent des propositions de **refonte ou de création d'identité visuelle** pour l'entreprise avec laquelle ils travaillent.

En suivant les étapes d'**analyse des valeurs et besoins de l'entreprise**, d'idéation, de **recherches graphiques** puis de **création du logo et d'un début de charte graphique**, ils s'attachent à créer une **identité de marque originale et moderne**, qui représente au mieux leur partenaire et ses valeurs.



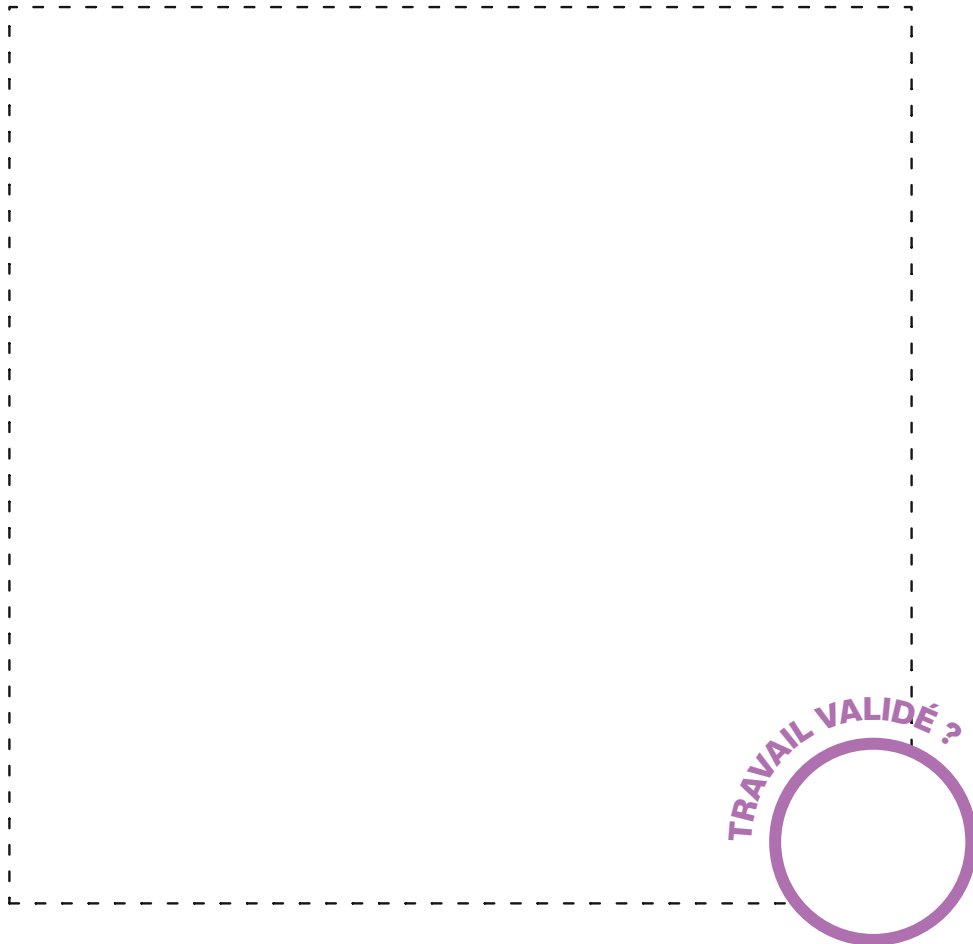
BUT2 - Réalisé par Karina Kervadec



Envie de tester tes talents en graphisme ?

Essaie de réaliser ton logo sur cette page, puis fais valider ton travail par un-e étudiant-e.

Le matériel nécessaire est à disposition dans la salle 029.



FORMATION

C'est quoi le BUT ?

Le Bachelor Universitaire de Technologie est une **formation professionnalisante en 3 ans**. Réparti sur 6 semestres, il vous permet d'acquérir 180 crédits ECTS donnant le même niveau qu'une licence et une reconnaissance européenne.

Admission

Les admissions à la formation se font sur **Parcoursup**, principalement via le bac général ou technologique. La **lettre de motivation** et le **dossier** seront examinés par l'ensemble des enseignant-es.

Les 2 parcours possibles

À partir de la fin de votre deuxième année, vous devez choisir un parcours de spécialités parmi :

- **Stratégie de communication numérique et design d'expérience**

Ce parcours forme à la conception de **stratégies et de supports de communication** et à la prise en compte des aspects humains dans la **conception d'interfaces** ou de services (navigation, ergonomie, visibilité sur le web...)

- **Développement web et dispositifs interactifs**

Il forme au **développement de sites web** et à l'intégration d'**applications multimédias**.

Les débouchés professionnels

- Développeur·euse web
- Chef·fe de projet multimédia
- Graphiste / Designer web
- Community manager
- Chargé·e de communication numérique
- Product owner / UX UI designer
- Technicien·ne vidéo / Monteur·euse vidéo

Contenu pédagogique

- Environ **2000 heures de cours**
- **26 semaines de stages** réparties sur la 2^{ème} et 3^{ème} année
- **600 heures de projets** tutorés
- Possibilité d'**alternance** à partir de la deuxième année

5 compétences

Au cours des 3 ans de formation, les étudiant-es vont être amené-es à développer **5 compétences**. Elles doivent être validées pour l'obtention du diplôme.

COMPRENDRE

la demande d'un client afin d'adapter la solution à ses besoins

DEVELOPPER

pour le web et les
médias numériques

CONCEVOIR

une réponse
stratégique
pertinente face à
une situation de
communication
complexe

EXPRIMER

un message avec
les médias
numériques

ENTREPRENDRE

dans le secteur du
numérique

NOTES

Réalisation : Camille Dréan & Pierre Bacquart, BUT2 - 2024-2025

Ne pas jeter sur la voie publique

Crédits photos : IUT de Lannion, sauf mention contraire