

# Construire son Serious Game : méthodologie et pilotage projet

**1 jour**  
(07 heures)

## Programme

### Introduction

---

Définition et origine  
Pourquoi utiliser un Serious Game ?  
Démonstrations des principaux Serious Games du marché

### Typologies des Serious Games

---

Selon l'objectif : advergaming, edugaming, training, etc.  
En fonction des domaines d'application  
En fonction des modèles économiques  
Selon le terminal : du PC aux Smartphones

### Les acteurs du projet

---

Equipe interne : Formation et autres Services (Marketing, Recrutement, etc.)  
Différents types de prestataires intervenant sur le marché  
Comment coordonner tous ces intervenants ?

### Analyse du projet

---

Objectifs initiaux  
Analyse du public cible : contraintes, niveau de langage et d'abstraction

### Conception du projet

---

Conception générale  
Conception détaillée : les story-boards  
Validation du pilote et du plan général

### Production

---

Infographie générale  
Infographie des personnages, objets ; etc.  
Niveaux d'interactivité  
Validation du pilote  
Validation globale

### Déploiement

---

Diffusion via site Web  
Diffusion via un LMS  
Tests

### Evaluation

---

Calcul du ROI  
Critères d'évaluation

Réf. AF52

#### PUBLIC CONCERNÉ

Responsable de formation,  
Formateur / Chef de projet  
e-learning

#### PRÉREQUIS

Connaissances en formation  
traditionnelle  
Connaissance de l'outil Web

#### OBJECTIFS

**Comprendre** la notion de serious games pour mieux appréhender la gestion du projet et les différents acteurs : équipe formation interne, autres services et prestataires



**anema**

contact@anema.fr

01 75 61 12 61

www.anema.fr