

Présentation

La réussite d'un modèle pédagogique original pour un secteur professionnel en pleine croissance.

Au croisement d'une école de création et d'une école de management, dès sa création en 1996 par Monika Siejka et Claude Vogel, l'IIM a été positionné sur ces deux axes afin de former de véritables chefs de projet multimédia.

Ce projet novateur anticipait la révolution numérique portée par Internet et la téléphonie mobile.



Aujourd'hui l'IIM forme avec succès des chefs de projet multimédia pour tous les secteurs de l'économie.

L'Institut de l'Internet et du Multimédia a été fondé en 1996.

La formation « chef de projet » pour les nouvelles technologies de l'information et de la communication comprend [cinq années d'enseignement](#) dont une année préparatoire, deux années d'apprentissage des techniques multimédia et deux années de marketing et management.

D'une première promotion de 20 étudiants en 1996, l'IIM compte à présent plus de 450 étudiants, ce qui fait d'elle la première école française de multimédia.

[Le titre de Chef de projet Multimédia est reconnu par l'État](#) : Certification professionnelle « chef de projet multimédia » (JO 13 Octobre 2007)



Chef de projet multimédia :

Doté d'une vue d'ensemble, il se situe **à la frontière de la création et de la technique, du marketing et du management.**

Souvent comparé à un chef d'orchestre, il ne joue pas forcément à la perfection de tous les instruments mais connaît les partitions de chacun. Sous sa direction, chaque instrumentiste trouve sa place.

Aguerri à la gestion d'équipe, aux contraintes de production, il maîtrise les technologies multimédia.

Fort de son expérience hybride, technique et créative, il encadre les graphistes, infographistes, techniciens et ingénieurs, chargés de la production.

Sa formation en communication, marketing et management en fait un cadre responsable. Il sait analyser les situations, évaluer les opportunités, superviser et décider, travailler en parfaite synergie avec les autres départements de l'entreprise et ses clients.

Cette **double compétence, technique et management**, lui permet d'une part de concrétiser sa passion et d'autre part de choisir son secteur de prédilection :

- Soit du côté de « l'offre » : Producteurs de services ou de produits multimédia : agences de communication, studio de développement, éditeurs de logiciels ou de jeux, studio d'animation et d'effets spéciaux, production de DVD, SSII, etc.
- Soit du côté des « clients » : Au sein des départements de communication des grandes entreprises, des services Internet ou nouvelles technologies, du e-marketing ou de la relation client, etc.