

Nouveau

Formation Les sciences cognitives au service de l'UX : concevoir des interfaces adaptées aux limites humaines

Réf. SF34481

Transformez la psychologie cognitive et les neurosciences en choix UI concrets, plus clairs et plus robustes !

2 j Durée	1 600 € HT Inter / participant	4 000 € HT Intra (≤12 pers.)	0 Sessions à venir
--------------	-----------------------------------	---------------------------------	-----------------------

Objectifs pédagogiques

- ✓ Expliquer les notions clés de psychologie cognitive et de neurosciences utiles à la conception UX.
- ✓ Repérer les limites humaines (physiques et psychiques) qui influencent perception, attention, mémoire et décision.
- ✓ Concevoir ou ajuster une UI en intégrant ces contraintes physiologiques et cognitives.
- ✓ Identifier et mobiliser de manière responsable biais cognitifs et leviers émotionnels pour optimiser l'expérience, sans basculer vers des pratiques manipulatoires.

Public visé & prérequis

Public visé Business analysts, Chefs de projet, Designers, Product Owners

Prérequis Avoir suivi une formation d'initiation à l'UX Design ou disposer de bases équivalentes.

Programme détaillé

Introduction aux sciences cognitives

Fonctions mentales : perception, mémoire, raisonnement, langage, décision, planification, émotion, conscience
 Psychologie cognitive : mécanismes psychologiques
 Neurosciences : mécanismes biologiques
 Sens mobilisés en UX : vue, ouïe, toucher (et expériences anticipées : goût, odorat)
 Vision et limites de l'œil : acuité, champ visuel, contraste, couleurs, zone aveugle, adaptation lumineuse, déficiences courantes, effets du vieillissement, accessibilité (WCAG, contrastes, tailles, alternatives)
 Attention : sélective, soutenue, partagée ; concentration et vigilance ; point focal ; loi de Fitts ; parcours visuels (F-pattern, Z-pattern, Gutenberg)
 Représentations mentales : interprétation cognitive, modèle mental, filtres perceptifs ; lois de la Gestalt (proximité, similarité, fermeture, continuité)
 Impacts sur l'architecture de l'information : alignement sur les modèles mentaux, hiérarchisation visuelle, structure/zoning, regroupement, scannabilité et lisibilité, arbitrage image/texte
 Atelier : analyse perceptive d'une UI existante ; refonte d'un formulaire avec les lois de la Gestalt
 Outils : FigJam, Figma

Charge cognitive et émotions

Mémoires : sensorielle, court terme, long terme ; loi de Miller et chunking
 Charge cognitive (Sweller) : définition, causes (surcharge informationnelle, désordre visuel, texte trop long/confus), réponses de design (dévoilement progressif, affichage adaptable)
 Émotions et sentiments : différences (durée, conscience, intensité), cartographie des émotions, rôle dans l'UX et design émotionnel
 Atelier : analyse d'une UI sous l'angle de la charge cognitive
 Outils : FigJam, Figma

Traitements mentaux et erreur humaine

Erreur humaine : phénomène normal ; biais de perception (illusions, gris typographique)
 Typologie d'erreurs : exécution (slips), oubli (lapses), connaissance (mistakes), violations
 Origines : organisation, ambiguïtés d'interface, environnement perturbateur

Design tolérant à l'erreur : validations rapides, annulation, confirmations, feedback immédiat, messages d'alerte/erreur
Multitâche : tâches automatiques vs contrôlées ; double tâche ; impacts (latence, baisse de performance, erreurs) ; fragmentation, coût du switch attentionnel, reprise de contexte ; effet Zeigarnik
Atelier : audit d'un parcours de création de compte e-commerce
Outils : FigJam, Figma

Vers un design persuasif et éthique

Théorie des trois cerveaux : reptilien, limbique, néocortex
Processus de décision : choix d'action à partir d'une représentation mentale ; facteurs (stress, incertitude, charge cognitive, vigilance) ; loi de Hick ; heuristiques et biais cognitifs
Biais cognitifs (sélection) : confirmation, récence/primauté, autorité, cadrage, dotation, simple exposition, illusion de contrôle, rareté, effet de groupe
Persuasion en design : conversion, engagement, rétention ; activation de biais ; persuasion vs dark patterns ; frontière persuasion/manipulation ; nudge vs design persuasif ; rôle et arbitrages du designer
Atelier : audit d'une UI avec dark patterns et recommandations éthiques
Outils : FigJam, Figma

Pourquoi choisir Sparks Formation ?

20 ans d'expertise IT, des formateurs experts et des sessions garanties contre l'annulation.

20 ans
d'expertise

1 068+
formations

11 178
apprenants formés/an

+67
Net Promoter Score

Avis des participants

Note moyenne des participants de la filière UX/UI Design & Design Thinking : 4,9/5 — 20 avis

Celine Y. — Bon accueil de l'équipe Spark, les salles sont confortables. Le formateur était à l'écoute et très investi. Le contenu de la formation était également bien adapté à mes...

Jerome L. — Merci à Yasmine pour ces 3 jours de formation

Votre formateur

Ludovic M. — Formateur Figma

Ludovic intervient sur des formations portant sur l'UX/UI Design et le Design Thinking. Les sujets abordés incluent notamment Figma. Son activité de formation remonte à 2012, soit plus de 10...

Ils nous font confiance

Cette année notre filière UX/UI Design & Design Thinking a accompagné plus de 46 entreprises dont :

ORANGE BUSINESS SERVICES SA ARPEGE CONSERVATOIRE NATIONAL DES ARTS ET METIERS FONDATION NATIONALE DES SCIENCES POLITIQUES ORANGE BUSINESS AIGA BODET TIME ET SPORT CAT AMANIA CATAMANIA CRAMIF +36 autres

Financement & certifications

Cette formation est éligible aux financements OPCO et FNE-Formation. Nos équipes vous accompagnent dans le montage de votre dossier.



Réservez votre place dès maintenant

20 ans d'expertise · 1 000+ formations · NPS +67 · réponse sous 24h ouvrées

0 805 950 800

demande@sparks-formation.com