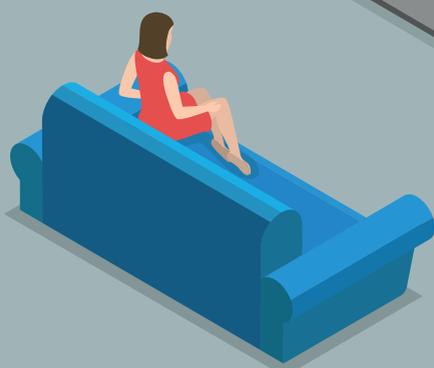


**MEDIA
INSTITUTE**



**RECRUTEZ UN FUTUR EXPERT
DES MÉDIAS ET DE LA PUBLICITÉ**



FORMATION EN ALTERNANCE

RENTRÉE JUIN 2017

FORMATION EN ALTERNANCE PUBLICITÉ ET MÉDIAS

« STRATÉGIE DES MÉDIAS ET DE LA PUBLICITÉ »

Grâce à cette formation de 10 mois directement valorisable en entreprise, Media Institute permet la rencontre de futurs alternants avec des sociétés (annonceur, agence média, institut d'études et régie publicitaire). Le certificat délivré par Media Institute est un titre reconnu par les grandes entreprises du secteur publicitaire. A l'issue de la formation, les étudiants peuvent accéder à des postes de chef de publicité, chargé de clientèle, acheteur média, médiaplanneur ou chargé d'études. Prochaine rentrée en juin 2017.

DOMAINE DE COMPÉTENCES VISÉES

1. Maîtrise de l'environnement de l'emploi pour une organisation efficace de l'activité
2. Méthodes et outils permettant une optimisation du conseil, de la vente ou de l'achat d'espaces publicitaires
3. Attitudes et comportements : savoir-être et organisation en entreprise



Margot DOUTRELOUX
Consultante médias locaux
Dentsu Aegis Network
Pluri 12

« Ma mission est de recommander à mes clients les médias locaux les plus efficaces, en fonction de leurs problématiques. Je conseille mon client et lorsqu'il valide ma proposition je réalise l'achat d'espace auprès des régies publicitaires. Pour ce poste il faut être polyvalent, organisé et surtout très réactif. Lorsque l'on gère une campagne à 100% en cas d'imprévu il faut savoir réagir très vite auprès de son client et auprès des régies. L'avantage de Media Institute est d'être présente 4 jours en entreprise par semaine, ce qui me permet de suivre réellement les campagnes et dossiers. Je suis donc complètement autonome sur mon poste »



POUR L'ALTERNANT

Favoriser son employabilité (+80% de recrutés post-formation)
Acquérir des connaissances omnicanales rares
Développer des compétences métier plurimédia et web

13 PROMOTIONS

depuis 2005, soutenues par les acteurs du métier et la branche de la Publicité

+200 PROFESSIONNELS

aujourd'hui actifs dans les médias

80% DES DIPLÔMÉS RECRUTÉS

moins de 6 mois après leur formation (CDD ou CDI)

Thomas CARRIÈRE
HR Business Partner
TF1 Publicité



« Nous avons l'habitude de travailler avec les équipes de Media Institute qui proposent à leurs étudiants une formation professionnalisante et de qualité. L'école est ouverte à des profils différents, notamment des profils en reconversion professionnelle motivés pour bâtir une nouvelle expérience dans les médias. Quelques atouts de la formation : une rentrée en décalé sur juin, une aide précieuse de l'école pendant le sourcing pour assurer un lien efficace entre l'entreprise et les étudiants, la qualité de la formation, le suivi pédagogique des étudiants lors de leurs périodes en entreprise »



POUR L'ENTREPRISE

Recevoir des candidatures sélectionnées par Media Institute.
Accueillir un alternant 4 jours par semaine pendant 10 à 12 mois
Bénéficier d'un regard plurimédia et pluri-digital au sein de son équipe
Pouvoir recruter l'alternant à l'issue de la formation



TÉMOIGNAGES VIDÉO
 DÉCOUVREZ LES MÉTIERS
 ET CONSEILS D'ANCIENS
 ALTERNANTS MEDIA INSTITUTE

RECRUTER

1. Envoyez-nous votre fiche de poste pour diffusion et/ou recevez notre Book de candidats
2. Vous organisez les entretiens avec les candidats que vous avez sélectionnés
3. Nous vous accompagnons et formalisons les aspects administratifs avec vous
4. Nous restons en contact avec le tuteur durant toute la durée de la formation

COÛT ET FINANCEMENT

Sur les frais pédagogiques et les modalités de prise en charge des dépenses de formation au titre des contrats de professionnalisation, contactez Media Institute

BERNADETTE

ISSENMANN

bissenmann@mediainstitute.eu // 01 43 12 15 23

POSTULER

1. Téléchargez votre dossier de candidature sur notre site www.media-institute.com et envoyez-le par e-mail ou courrier
2. Si votre candidature est retenue, nous vous contactons pour un entretien et une réunion d'admission
3. Vous bénéficiez d'une formation reconnue et certifiante

CONDITIONS D'ADMISSION

Bac +2 à 5 : BTS, DUT, école de commerce ou universitaire

FRAIS D'ACCOMPAGNEMENT (en option) :

588 € TTC. Avec cette option, nous vous proposons de vous aider à trouver une entreprise parmi nos partenaires en cours de recrutement.

Ces frais ne seront encaissés par Media Institute que si vous trouvez un contrat et que vous êtes confirmé à l'issue de votre période d'essai.

RÉMUNÉRATION

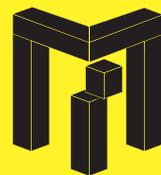
Le bénéficiaire du contrat de professionnalisation perçoit une rémunération minimale spécifique prenant en compte son âge ainsi que son niveau de formation.

ENTREPRISES PARTENAIRES

1000 MERCIS // 20 MINUTES // ADVERLINE // ANTALIS // BONZAI DIGITAL // CAISSE D'ÉPARGNE // CLEAR CHANNEL // CLICKOO // CLIMAT MEDIA AGENCY // DAILYMOTION // DENTSU AEGIS // DEVISPRESTO // EFFINITY // EUROSPORT // EXPERIAN // FIGARO // HAVAS MEDIA // HERMES // IP REGIONS // LE FIGARO // LE PARISIEN // LEBONCOIN.FR // L'HUMANITE // M6 // MEDIABRANDS // MEDIAMETRIE // MEDIANOE // MEDIAPOST PUBLICITE // METRONEWS // NEO@OGILVY // OMD // PERFORMICS // PRISMA MEDIA // PUBLIC-IDEES // RENTABILWEB // RMN // SELOGER.COM // SPORTS LOCAL MEDIA // SUPERGAZOL // TF1 // VIZEUM // WEBEDIA // ZENITHOPTIMEDIA // ETC...

Media Institute est une association loi 1901 (formation professionnelle au Digital, au marketing et aux médias) créée à l'initiative de 3 membres fondateurs, rejoints depuis par 24 membres associés.

francetvpublicité



21 rue Auber - 75009 Paris
Tél. 01 43 12 15 20

contact@mediainstitute.eu

WWW.MEDIA-INSTITUTE.COM



Media Institute



mi_formation

**ALTERNANCE
PLURI**

UN RYTHME IDÉAL

10 mois // 4 jours en entreprise + 1 jour de formation par semaine, en contrat de professionnalisation

DES INTERVENANTS EXPERTS

Media Institute choisit ses intervenants selon deux critères essentiels : leur expérience du terrain et leur savoir-faire pédagogique. Professionnels en activité reconnus, ils exercent en agence média, institut d'études, régie publicitaire, cabinet conseil ou chez l'annonceur.



DÉTAIL DU PROGRAMME

310 heures de cours répartis en 8 modules, adaptés aux pratiques du métier et à l'actualité des médias.

Rentrée le 26 juin 2017.

// LES MÉDIAS ET LEUR ENVIRONNEMENT

L'annonceur : de la stratégie marketing à la stratégie communication

Les enjeux de la marque
Le plan marketing
Les objectifs de communication

Le marché publicitaire en France

Les dépenses en communication, les forces en présence
Poids des investissements publicitaires, répartition par secteur...
Panorama des moyens de communication : média et hors-média

Panorama des médias : web / presse / radio / télévision / affichage / publicité extérieure / cinéma

Indicateurs d'audience
Mesures de l'efficacité
Coûts d'accès
Forces et faiblesses

Les outils de mediaplanning et de l'achat média

// LE HORS-MÉDIA EN COMPLÉMENTARITÉ DES MÉDIAS

Passage en revue de différents modes de communication en hors-média : marketing direct, mécénat, événementiel, parrainage, relations publiques, relations presse, programmation...

// LES ÉTUDES

Méthodologie
Mesures d'efficacité

// FORMATION AUX STRATÉGIES MÉDIA

La stratégie média
Le mediaplanning en France et à l'international
Études de cas

// FORMATION À LA RELATION COMMERCIALE

Gestion de portefeuille - suivi clients - rendez-vous - argumentaires
La gestion commerciale en agence et en régie : brief et recommandation
Travaux pratiques et cas

// LE CADRE LÉGAL

Les fondamentaux du droit commercial
Les réglementations spécifiques
Les CGV

// LA GESTION ADMINISTRATIVE

Gestion client et suivi commercial
Le recouvrement
L'ADV (administration des ventes) et l'EDI (transmission des ordres)
L'anglais dans la communication

// ACCOMPAGNEMENT ET ÉVALUATION

Excel
Accompagnement pédagogique
Évaluation : quiz, études de cas, rédaction et soutenance d'un mémoire