

**MEDIA
INSTITUTE**

+ Recrutez ou devenez
un futur expert du
webmarketing



CHEF DE PROJET WEBMARKETING

FORMATION EN ALTERNANCE 2018

JANVIER - JUIN - OCTOBRE

FORMATION EN ALTERNANCE CERTIFIANTE

CHEF DE PROJET WEBMARKETING

Grâce à cette formation soutenue par les grands acteurs des médias et de la publicité, Media Institute permet la rencontre d'alternants avec des entreprises variées partenaires de la formation (annonceur, agence média, institut d'études et régie publicitaire).

Le programme aborde l'ensemble des leviers du webmarketing et leur efficacité, la stratégie marketing à adopter à l'ère du tout connecté, et les méthodologies de travail liées à l'univers digital.

Media Institute forme chaque année plus de 100 étudiants destinés aux métiers de chef de projet web, chargé SEO/SEM, acheteur display, community manager, traffic manager, chef de projet e-commerce, chargé de marketing online, et tous les métiers dont le nom n'existe pas encore ...

DOMAINES DE COMPÉTENCES VISÉS ET CERTIFIÉS

BLOC 1 : Elaborer un plan de communication digital,

BLOC 2 : Construire une stratégie marketing intégrant efficacement le digital,

BLOC 3 : Assurer l'interface client et adopter une méthodologie de travail digitale.

17 PROMOTIONS

+ DE 430 PROFESSIONNELS

formés, aujourd'hui actifs dans le webmarketing

80% DES DIPLÔMÉS RECRUTÉS

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



POUR L'ALTERNANT

Acquérir des connaissances métier directement valorisables en entreprise,
Développer des compétences digitales,
Favoriser son employabilité.



Rémi PÉCOUT,
Alumni Media Institute

Assistant Chef de Projet - MEDIANOÉ

Cette formation fut la porte d'entrée pour accéder au petit monde du webmarketing puisqu'elle est reconnue par les principaux acteurs de la profession. Elle m'a d'ailleurs

été recommandée par mon

employeur! Ainsi tous les éléments sont réunis pour faire de cette formation le tremplin idéal pour une carrière dans le digital : cohérence des cours avec les missions en entreprise, partage d'expérience des intervenants, confort du rythme d'alternance, accès au réseau de Media Institute. On constate que toute l'équipe de Media Institute prend très à cœur la formation de ses alternants.

Jean Bernard DOS SANTOS,
Tuteur
Directeur de Clientèle Senior -
SPORTS LOCAL MEDIA



Dans une entreprise en croissance, nous sommes régulièrement à la recherche de nouveaux talents pour renforcer les équipes. Les alternants Media Institute nous ont apporté un regard neuf sur notre offre et notre structure. Cette formation permet de donner du relief sur la communication digitale. La diversité des modules et la qualité des intervenants font le reste. Des compétences acquises et un réseau de qualité construit, tout ce que l'on demande à une formation professionnalisante. Nous apprécions également l'excellente communication avec l'ensemble de l'équipe. Merci pour notre collaboration qui dure depuis 3 ans déjà.



POUR L'ENTREPRISE

Recevoir des candidats sélectionnés et reçus en entretien par Media Institute,
Accueillir un alternant 4 jours par semaine pendant 10 à 12 mois,
Développer l'expertise du collaborateur en adéquation avec ses besoins,
Pouvoir le recruter à l'issue de la formation.

UN RYTHME IDÉAL

4 jours en entreprise / 1 jour en cours par semaine, durant 10 à 12 mois, en contrat de professionnalisation.

DES INTERVENANTS EXPERTS

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



DÉTAIL DU PROGRAMME

400 heures de cours articulées autour de 21 UA (Unité d'Apprentissage) à valider, 3 rentrées par an : janvier, juin et octobre.

BLOC 1 | LEVIERS

UA 1 - Maîtriser l'écosystème marketing et communication

UA 2 - Maîtriser les fondamentaux du marketing et des médias

UA 3 - Maîtriser l'écosystème digital et ses tendances

UA 4 - Connaître les formes, KPI et levier d'optimisation de la présence de marque (site web, SEO, mobile, social)

UA 5 - Connaître les formats, KPI et fonctions des leviers publicitaires du branding (display, vidéo)

UA 6 - Connaître les formats, KPI et fonctions des leviers publicitaires du marketing à la performance (SEA, affiliation)

UA 7 - Connaître les formats, KPI et fonctions des leviers du marketing relationnel

BLOC 2 | STRATEGIE

UA 8 - Maîtriser les nouveaux parcours client et construire sa veille sur les tendances de l'omnicanal

UA 9 - Maîtriser les apports de la data dans les métiers de la publicité, des études et du marketing

UA 10 - Elaborer une stratégie digitale et rédiger une recommandation

UA 11 - Adapter efficacement sa stratégie de distribution (e-commerce, digitalisation du point de vente)

UA 12 - Elaborer une stratégie de contenu et d'engagement social media

UA 13 - Expertises certifiées : paramétrer et suivre les données issues des outils d'analyse et de gestion de campagnes (AdWords, Analytics, Ads, tracking)

BLOC 3 | INTERFACE CLIENT

UA 14 - Réaliser un audit simple, comprendre les attentes clients et challenger un brief agence / annonceur

UA 15 - Elaborer une présentation orale et écrite percutante

UA 16 - Gérer la vente et l'achat d'espaces publicitaires (achat/vente, webplanning Vs trading media) digitaux

UA 17 - Etablir un dashboard Analytics et commenter un bilan de campagne

UA 18 - Intégrer le digital à ses méthodes de travail

UA 19 - Fluidifier et enrichir les échanges internes

UA 20 - Ethique et privacy

UA 21 - Projet professionnel



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) :

790 € 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 (1 mois).

RÉMUNÉRATION

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



+ DE 60 ENTREPRISES PARTENAIRES

1000 MERCI // ADNOVIA // ASSURLAND // BONZAI DIGITAL // CELLFISH MEDIA // CNAM // CREDIT AGRICOLE // DAILYMOTION // DALLOZ FORMATION // DELOITTE // DENTSU AEGIS // EUROSPOUT // IPSOS // LA BANQUE POSTALE // MTV NETWORKS // NRJ GROUP // OFFICE DEPOT // OMNICOM MEDIA GROUP // PASSIONNATA // PIXIMEDIA // PRISMA MEDIA // PUBLICIS MEDIA // RENTABILWEB // RESONEO // TOTAL // VTECH // WALT DISNEY STUDIOS ...

Media Institute est une association loi 1901 (formation professionnelle au Digital, au marketing et aux médias) créée à l'initiative de 5 membres fondateurs, rejoints depuis par 27 membres associés.

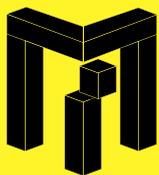
francetvpublicité



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

contact@mediainstitute.eu

WWW.MEDIA-INSTITUTE.COM



ALTERNANCE
WEB