

**MEDIA
INSTITUTE**

**LIVRET DE
L'ALTERNANT**



Contrats de professionnalisation
MEDIA INSTITUTE

LE PROGRAMME / OPTION :

Chef de projet webmarketing

DÉTAIL DU PROGRAMME

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

BLOC 1 | LEVIERS

UA 1 - Maîtriser l'écosystème marketing et communication

UA2-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

UA15 - Élaborer 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 / digital seeds



LE CERTIFICAT

Chef de projet webmarketing / média

Vous allez suivre pendant plusieurs mois une formation en contrat de professionnalisation Media Institute, destinée à vous spécialiser dans les métiers du Webmarketing et des Médias.

Media Institute est une association loi 1901 créée en 2000 à l'initiative de sociétés soucieuses de mettre en commun et de rendre pérenne l'expertise marketing et média indépendante. Cette formation en alternance existe depuis 2005 grâce à la volonté des membres de l'association (Aegis, Havas, Lagardère, etc.).

Depuis sa création, plus de 600 étudiants ont été certifiés dont plus de 80% ont été ensuite embauchés dans leur secteur dans un délai de 6 mois maximum.

Depuis 2017, **le certificat réunit autour d'un bloc pédagogique commun deux spécialités :**

- . Chef de projet webmarketing
- . Chef de projet média et omnicanal

Objectif pédagogique :

Développer des compétences permettant d'exercer les postes de chargé de projet webmarketing ou chargé de projet média aussi bien chez un annonceur (au sein d'un département marketing et communication), un pure player ou une start up, une agence média, une régie publicitaire ou un institut d'études.

Notre objectif premier est qu'à l'issue de la formation, vous soyez **recruté pour un poste en lien avec votre spécialisation.**

Nous sommes là pour vous guider tout au long de l'année, **n'hésitez jamais à nous contacter** quelle qu'en soit la raison (cours, entreprise, professeur, planning, etc.).

Les intervenants sont tous des **professionnels en exercice**, spécialistes des thématiques qu'ils enseignent.

Vous allez aborder durant les cours l'ensemble des leviers de communication sous une **approche théorique**. Tous ne vous concerneront pas dans votre future carrière, mais notre objectif est de vous ouvrir à la **vision la plus stratégique et pluricanal possible.**

La partie pratique sera abordée dans le cadre de votre spécialisation et de votre expérience en entreprise.

Nous vous souhaitons un cursus enrichissant, tant sur le plan personnel que professionnel !

L'équipe de Media Institute

Media Institute, Association Loi 1901
21 rue Auber Paris 9e
01 43 12 15 23 - dan@mediainstitute.eu
www.media-institute.com



LE PROGRAMME / OPTION :

Chef de projet média et omnicanal

DÉTAIL DU PROGRAMME

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

BLOC 1 | LEVIERS

UA 1 - Maîtriser l'écosystème marketing et communication

UA2 - Maîtriser les fondamentaux du marketing et des médias

UA 3 - Connaître les formats, KPI et fonctions des médias traditionnels (TV, Radio, Presse, Affichage, Cinéma, Médias locaux, Hors-média)

UA 4 - Connaître les formes, KPI et levier d'optimisation de la présence de marque

UA 5 - Connaître les formats, KPI et fonctions des leviers publicitaires du branding

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

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

BLOC 2 | STRATEGIE

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

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

UA 10 - Elaborer une stratégie média et omnicanale, et rédiger une recommandation

UA 11 - Adapter efficacement sa stratégie de distribution à son parcours client

UA 12 - Maîtriser les outils et études liées à l'audience, au mediaplanning, et à l'efficacité média et marketing

UA 13 - Paramétrer et suivre les données issues des outils d'analyse et de gestion de campagnes

BLOC 3 | INTERFACE CLIENT

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

UA15 - Elaborer une présentation orale et écrite percutante

UA 16 - Gérer la vente et l'achat d'espaces publicitaires

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 et externes

UA 20 - Ethique et privacy

UA 21 - Projet professionnel



MEDIA INSTITUTE

Media Institute est une association loi 1901 créée en 2000 à l'initiative de Lagardère, France Télévisions, Havas, Ipsos et RTL.

Depuis, ces cinq membres fondateurs ont été rejoints par de nombreuses structures qui s'associent à cette démarche qualité de long terme.

L'équipe

Pierre-François COLLEU, Président

Céline GAUDE, Directrice Générale

Dan CISSOKHO et Géraldine LECOQ,
Chargés de recrutement & relation
entreprise

Cindy LAFAUX,
Office Manager

Eric FEIJOEIRO et Tanguy DE MONCUIT,
Chargés de communication & digital
learning

Thomas MUTTE,
Responsable relation client

Giovanni FABRIS, Conseiller stratégique
des programmes

Media Institute est reconnu comme l'organisme de formation de référence en communication digitale, marketing et médias. Chaque année, nous formons plus de 3500 professionnels du marketing, du digital et des médias via nos 4 pôles d'expertise :

:: LA FORMATION INTER-ENTREPRISE

Plus de 40 formations au catalogue renouvelées chaque année pour répondre de manière opérationnelle aux problématiques marketing et média actuelles.

:: LA FORMATION SUR-MESURE

De la conférence au cursus certifiant complet, avec plus de 3000 personnes formées par an.

:: LA FORMATION LONGUE

Un executive master sur la Data et le marketing (diplômant), en partenariat avec Sciences Po Grenoble, et une formation en alternance (certifiant) accueillant 100 étudiants chaque année, futurs professionnels du marketing et de la communication avec un taux d'employabilité à la sortie supérieur à 80%.

:: L'UNIVERSITÉ DIGITALE EN LIGNE

eDU propose en ligne 7 parcours de micro-learning centrés sur la transformation digitale et le webmarketing.



L'ÉQUIPE PÉDAGOGIQUE

Nous sommes à votre écoute tout au long de l'année pour faire évoluer la formation. Contactez-nous !



Guillaume DE VILLÈLE

Directeur pédagogique
/ CEO d'Ontrust

Il établit le programme, l'adapte aux dernières évolutions du digital et des médias, et choisit les intervenants.

gdv@ontrust.fr

Dan CISSOKHO et Géraldine LECOQ

C'est vos contacts privilégiés pour toute question liée à la vie de la formation, à l'entreprise ou au projet professionnel.

Contact : dan@mediainstitute.eu

Céline GAUDE

Directrice / Media Institute
Elle suit le déroulement global de la formation et l'employabilité post-certificat des étudiants.

Contact : cgaude@mediainstitute.eu

Le professeur référent

C'est l'intervenant(e) qui assure le fil rouge entre chaque grande thématique.

ET DANS VOTRE ENTREPRISE ?

Vous êtes salariés d'une entreprise et à ce titre, vous disposez des mêmes droits et obligations que les autres salariés. Nous vous laissons prendre contact avec les responsables des ressources humaines si vous avez des questions et prendre connaissance du règlement intérieur de l'entreprise et de ses conditions de travail (horaires, mode de restauration, RTT...)





Media Institute est une association loi 1901 créée en 1999 à l'initiative de sociétés soucieuses de mettre en commun et de rendre pérenne l'expertise marketing et média indépendante. Depuis, ces cinq membres fondateurs ont été rejoints par de nombreuses structures qui s'associent à cette démarche qualité de long terme.

francetv**publicité**



CMI**media**



AACC

AIR P P
autorité de
régulation professionnelle
de la publicité



KANTAR TNS



LVMH



PM PRISMA MEDIA
SOLUTIONS

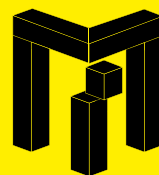


TBS GROUP
SMART TOOLS FOR MARKETING, MEDIA & ADVERTISING

**union
des
marques**



Media Institute
21 rue Auber - 75009 Paris
Tél. 01 43 12 15 20
contact@mediainstitute.eu
WWW.MEDIA-INSTITUTE.COM



**MEDIA
INSTITUTE**