

**MEDIA
INSTITUTE**

**LIVRET DE
L'ALTERNANT**



Contrats de professionnalisation
MEDIA INSTITUTE

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



SOMMAIRE

Media Institute	P. 4
L'équipe pédagogique	P. 5
Programmes	P. 6-7
Validation du certificat	P. 8
Projet professionnel	P. 9
Charte de l'étudiant	P. 10
Vos outils	P. 11
Nos membres	P. 12

L'ensemble de l'activité de l'Association
a reçu la qualification OPQF.



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,
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...)



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

LES DÉBOUCHÉS

Chef de projet communication digitale / marketing digital / omnicanal, Chef de projet data viz, Data manager apprentice, Chargé d'études marketing, Digital campaign manager, Chef de projet tracking, Traffic manager, Chargé d'acquisition de trafic (consultant paid search/SEA, consultant paid social, chargé de budget display), Trader media, Consultant SMO, Consultant SEO, Assistant e-commerce, Rédacteur web, Community manager, Account manager.



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

UA 2 - 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

UA 15 - 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

LES DÉBOUCHÉS

Expert media junior / chargé ou conseil media, Mediaplanneur, Chef de projet social media, Assistant RP & Influence, Chef de publicité, Chef de marque.



VALIDATION DU CERTIFICAT

CONSTITUTION DE LA NOTE

L'obtention de votre certificat est conditionné par votre note finale, constituée des 4 éléments suivants. Vous devez, au minimum, obtenir la note globale de 12/20. Si vous obtenez la note de 0 à l'un de ces examens, vous ne pourrez pas obtenir le certificat global.

01 PROJET PROFESSIONNEL

Vous êtes accompagné par un tuteur tout au long de l'année pour mener à bien ce projet de veille / blog. Il est noté par l'équipe pédagogique sur la base du travail effectué tout au long de l'année et sur votre rendu final.

02 UN EXAMEN PAR BLOC PÉDAGOGIQUE

Les trois blocs de votre programme correspondent chacun à des compétences dont l'acquisition sera validée par trois examens distincts.

03 ÉVALUATION ENTREPRISE

Votre tuteur en entreprise devra compléter un bilan pédagogique et vous attribuer une note à mi puis à fin de parcours.

04 ELEARNING

Vous avez 6 parcours à finaliser avant le dernier jour de cours.



08 CERTIFICATION

PROJET PROFESSIONNEL

Le projet professionnel est une étape importante pour la validation de votre certificat. Il représente à lui seul un tiers de votre note finale.

Le Directeur Pédagogique sera là pour vous aider tout au long de l'année dans la réalisation de ce projet, qui consiste en une veille professionnelle.

En début de cursus, vous allez choisir le thème sur lequel vous souhaitez organiser votre veille. Le sujet doit être **précis** (exemple : les tendances du SEO, le programmatique, la vidéo, l'intelligence artificielle appliquée au marketing etc) et en prise avec le **marketing et la communication**. Il sera soumis à la **validation** du Directeur Pédagogique, Guillaume de Villèle, et de la Directrice Générale, Céline Gaude.

Chaque mois, vous aurez pour mission de poster un contenu sur un **blog dédié, Pubosphere**, dans le format de votre choix (texte, interview d'une personne de votre entreprise ou externe à votre entreprise, vidéo, infographie, gif, podcast, etc) avec toujours le même mot clé précédé d'un # et votre nom ou celui de votre équipe de travail.

Il est conseillé de vous réunir en **petits groupes** (4 maximum) sur la même thématique, mais la notation tiendra compte de ce rapport «production de contenu / taille de l'équipe».

Votre **notation** interviendra en fin d'année à part égale entre : le volume et la régularité / l'originalité du sujet (inédit, peu relayé, innovant) / le format (qualité, créativité) / le contenu (qualité, véracité).

Bonne veille !

QUESTIONNAIRE À COMPLÉTER

Vous allez recevoir un mois après la rentrée un mail avec un lien vers un questionnaire pour recueillir votre sujet et la composition de votre équipe pour le projet professionnel. Vous disposez d'un mois à compter de la date de rentrée pour le remplir.



PUBOSPHERE
MEDIA INSTITUTE

LA CHARTE DE L'ÉTUDIANT

01 RESPECT

Les intervenants ont tous rejoint la formation par conviction et par envie de partager leur expérience. Respectez-les par votre attention et votre participation.

02 PONCTUALITÉ

Soyez à l'heure au début de chaque cours. Si vous subissez un retard, merci d'attendre le prochain cours ou la pause avant d'entrer.

03 ASSIDUITÉ

Si vous êtes absent, prévenez Dan CISSOKHO le jour même, avant 12H, par email. Ce mail doit être complété sous 8 jours d'un justificatif (médical, tuteur, etc.) Si vous ne justifiez pas la raison de votre absence, Media Institute devra légalement en informer votre tuteur, votre DRH, et facturer directement les frais de formation à votre entreprise d'accueil. À partir de 3 absences non-justifiées malgré une relance, vous serez exclu de la formation après réunion du Conseil de discipline. Lorsqu'une demi-journée ou une journée de cours est annulée, vous devez retourner en entreprise. (cf absence aux examens)

04 CURIOSITÉ

Si certains thèmes au programme ne vous intéressent pas, rappelez-vous que vous vous êtes engagés à suivre une formation expressément généraliste dont l'objectif est de vous parler de tous les leviers du marketing. Si vous êtes un expert du thème, n'hésitez pas à proposer au professeur de présenter un cas concret.

05 DÉLAIS

Pour le rendu de documents, vous êtes responsable de leur envoi dans les délais impartis et sans relance de la part de Media Institute. Tout retard non justifié fera l'objet d'une retenue de 2 points sur votre note finale.

06 PARTICIPATION

Cette formation est riche grâce à la diversité de vos profils. Intervenez dès que vous le pouvez en posant des questions ou en partageant votre propre expérience terrain.

07 ÉVALUATION

Si vous avez des remarques (contenu, cours, méthode pédagogique), dites-le au travers des évaluations formateur. Vos retours nous sont très précieux, et resteront strictement anonymes.

08 ECHANGES

Si vous rencontrez des difficultés durant votre année (entreprise, examen, projet professionnel, etc), n'attendez pas avant de nous prévenir ! Nous préférons intervenir avant qu'un problème réel ne se présente. Si la mission ne vous convient pas, n'oubliez pas de nous en parler avant la fin du premier mois de votre CDD.

09 EMPLOYABILITÉ

Votre employabilité se joue dès le début de l'année. Si notre objectif est de vous donner toutes les clés de votre futur emploi, vous restez maître de ce qui se passera à l'issue de la formation. Pour favoriser votre employabilité, créez ou mettez à jour votre profil LinkedIn dès maintenant, inscrivez-vous au groupe Media Institute (post d'offres d'emploi) et développez votre réseau (professeurs, étudiants, entreprise).

10 ENTRAIDE

Beaucoup d'étudiants ont déjà suivi cette formation et d'autres vous succéderont. Quand vous serez certifié, pensez aux futurs étudiants en les faisant bénéficier de votre expérience (vidéo, réseaux sociaux, intervention, recrutement, etc.).



VOS OUTILS COLLABORATIFS

ELEARNING

Lors du deuxième mois de cours, nous allons vous ouvrir 6 parcours qui comptent dans votre certification finale.

L'invitation que vous allez recevoir est strictement personnelle et individuelle.

Vous devez avoir effectué tous vos parcours avant la fin de la formation.

Nous vous conseillons de les suivre au début de la formation et de le faire dans cet ordre, mais vous êtes libre de votre planning elearning :



CULTURE WEB



INTRODUCTION
AU WEBMARKETING



SITE WEB ET SEO



E-PUB &
PROGRAMMATIQUE



MOBILE
MARKETING



MÉDIAS SOCIAUX

INVITATION

Si au bout de la première semaine de cours vous n'avez pas reçu vos 6 invitations au elearning (spams vérifiés) ou le mail vous invitant aux espaces collaboratifs, prévenez-nous : fad@mediainstitute.eu



PLANNING

Vous recevrez un lien vers le fichier uploadé sur Dropbox. Conservez-le car le planning changera, mais pas son lien. Seules les modifications de jour dans le planning feront l'objet d'une notification email. Toutes les informations figurent sur le planning (lieu, mode d'apprentissage, heure, certification etc.).

Faites bien attention lieu inscrit dans le planning :

- en elearning, de chez vous. Si vous n'êtes pas équipé pour réaliser le travail demandé à distance ou si vous souhaitez vous emprunter un ordinateur, prévenez nous une semaine avant.
- à la maison de l'architecture, au 148 Rue du Faubourg Saint-Martin, 75010 Paris
- en tutoré, de chez vous, pour préparer vos certifications outils ou votre veille.

MESSAGERIE ET ÉCHANGES DE DOCUMENTS

Pour éviter les reply all, vos échanges avec Media Institute, vos référents et les autres alternants se passent sur Slack. Nous vous conseillons vivement, le temps de la formation, d'installer l'appli sur votre smartphone et d'accepter les notifications car tout passe par cet outil (changement de planning, notes, etc). Si vous avez un problème personnel, appelez-nous. Si vous voulez créer un nouveau groupe de discussion sur Slack, dites-le nous.



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

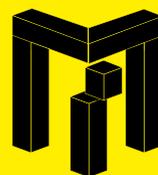


TBS GROUP
SMART TOOLS FOR MARKETING, MEDIA & ADVERTISING

**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**