



Points forts : Atelier de pratiques professionnelles avec mise en situation de travail
Blending learning : Présentiel + Tutos + Classe virtuelle synchrone

Marketing des Médias

Objectifs de la formation

- Avoir une vision globale et actualisée de l'offre médias et des différents acteurs du marché.
- Définir une stratégie compte tenu des enjeux de la transformation numérique du paysage médiatique
- Réaliser la segmentation de l'offre, définir les attentes des annonceurs
- Identifier les éléments fondamentaux nécessaires à la création d'une activité médiatique dominé par les Gafas

Objectifs opérationnels

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Déterminer les facteurs de réussite d'un projet dans une activité média
- Définir le plan marketing d'une activité média

Programme de la formation

- **Module 1 (7 heures) :**
 - Définition des médias
 - Définition des annonceurs, des régies, des diffuseurs
 - Les différents supports médiatiques et leur audience
 - Classement des publicités les plus populaires dans le monde
 - Le marché des médias
 - Les tendances
 - Le média 2.0
 - La transformation au digital du secteur
 - Les statistiques des différents médias
- **Module 2 (7 heures) :**
 - Les stratégies des différents médias
 - Les choix marketing des médias, généralistes ou spécialiste, du quantitatif au qualitatif
 - La relation médias et les annonceurs
 - La tarification publicitaire en fonction de l'audience
 - Les différents supports de communication et publicité
 - L'impact des IT sur l'offre médias
 - Créer un média indépendant et pérenne
 - Communication, marketing et sémiologie
 - Écrire un article, la règle des 5W
- **Module 3 (7 heures) :**
 - Média « pure player » ou « print »
 - Digitalisation 30 % de gain de productivité
 - Le « brand content »
 - Déontologie entre communication et journalisme
 - Fake news et deepfake
 - Le crowdfunding une bouffée d'oxygène pour dépanner à court terme un média
 - Les sources de financement des médias

Public :

Toute personne en lien professionnel avec l'univers des médias de masse, éditions, publicités, régies, diffuseurs ...

Personnes à mobilité réduite :

Merci de prendre contact avec l'organisme afin de préciser les besoins d'accessibilité

Pré-requis :

Disposer d'une pratique professionnelle dans des fonctions de Marketing et de Communication

Conditions :

Étude dossier du candidat et qualification et positionnement stagiaire

Durée :

3 jours (21 heures)

Lieux :

Haut de France et IDF. Autre région ou pays à définir

Attestation :

Attestation de formation délivrée à l'issue de la formation

TARIF 2019/2020

INTER : 1300 € + repas 20 €/J (mini 5 participants)
INTRA : 2800 € (maxi 10 participants)

Information et inscription
Tél. 07 78 24 11 44
gosan@outlook.fr

Cette formation fait l'objet d'une évaluation de la satisfaction par le public accueilli

Méthode d'évaluation

Oral, étude de cas, et QCM

Intervenants

Cette formation est animée par un spécialiste de la vente, marketing et marketing des « Mass media »

Moyens matériels

Salle de formation équipée, tableau blanc, paper board, vidéo projecteur, caméra

Méthodes pédagogiques

Apports théoriques, cours, cas pratiques, jeux de rôle, mise en commun des expériences de chacun. Prise en compte de la situation des stagiaires lors de la qualification

Financement

Une action de formation peut faire l'objet d'une prise en charge (CPF, CIF, AGEFIPH, CSP, Plan de sauvegarde de l'emploi, OPCO, etc.)

