

Formations



— THE —
MEDIA FACULTY

Qui sommes-nous ?

THE MEDIA FACULTY est un organisme de formation créé en 2008 par Jérôme Chouraqui pour répondre aux besoins des professionnels des médias.

THE MEDIA FACULTY a pour objectif :

- D'accompagner les professionnels de l'audiovisuel dans leur compréhension et leur adaptation aux nouvelles technologies,
- De bénéficier d'une mise à jour indispensable de leurs connaissances,
- D'acquérir de nouvelles compétences leur permettant une évolution constante dans leur carrière professionnelle,
- De développer leur savoir-faire managérial.

NOTRE PLUS-VALUE : faciliter les interactions professionnelles et encourager la création de nouveaux projets entre participants et intervenants grâce à notre réseau.

Les formations de THE MEDIA FACULTY, courtes (de un à trois jours) et ciblées, s'adressent aux professionnels des médias et des industries culturelles et de divertissement, de la création à la production, de la diffusion à la distribution. Elles suivent de près les évolutions de ces secteurs et les transformations des métiers.

2

Les intervenants sont tous des experts et des spécialistes reconnus, des professionnels de haut niveau venant d'horizons variés pour répondre ainsi aux besoins de tous : producteurs, programmeurs, responsables de programmes, juristes, distributeurs, publicitaires, journalistes, scénaristes, financiers, spécialistes en marketing, en ressources humaines, en nouvelles technologies...

Ces formations permettent aussi aux stagiaires d'élargir leurs échanges et leurs réseaux professionnels, de partager leurs connaissances et leurs expériences, et d'appréhender les évolutions et les mutations du milieu, pour continuer à apprendre et à comprendre.

THE MEDIA FACULTY collabore étroitement avec le médiaClub, association professionnelle regroupant aujourd'hui 1000 membres dans des entreprises **audiovisuelles, cinématographiques ou encore digitales**.

En 2014, en réponse aux requêtes de nos clients, The Media Faculty a développé plusieurs activités : le suivi de carrière (outplacement, coaching et bilan de compétences), la VAE (Validation des Acquis de l'Expérience), et les formations sur-mesure.

Sommaire

FORMATIONS COURTES

Page 4	_____	Nouvelles tendances des contenus sur le web et les nouveaux supports
Page 5	_____	Enjeux croisés de l'audiovisuel et du numérique : actualités juridiques et contractuelles
Page 6	_____	Financement de la fiction française et des coproductions internationales
Page 7	_____	Création digitale
Page 8	_____	Distribution et financement des productions nouveaux médias
Page 9	_____	Formation Pitch
Page 10	_____	Masterclass TV3.0
Page 11	_____	Masterclass fiction
Page 12	_____	Spécificités et enjeux du marché de l'animation
Page 13	_____	Négociier dans l'audiovisuel
Page 14	_____	Les ficelles de l'écriture humoristique

FORMATIONS SUR-MESURE

Page 15	_____	A la demande
Page 16	_____	Optimiser l'efficacité de ma recherche d'emploi
Page 17	_____	Conseil digital : médias sociaux et stratégie de communication
Page 18	_____	Anglais des médias

SUIVI DE CARRIÈRE

Page 19	_____	Coaching de préparation de retour à l'emploi
Page 20	_____	Coaching de carrière
Page 21	_____	Outplacement
Page 22	_____	VAE
Page 23	_____	Bilan de compétences

Nouvelles tendances des contenus sur le web et les nouveaux supports

DATES

20 septembre 2017

DURÉE

1 journée de 7 heures

PUBLIC VISÉ

Tout professionnel de l'audiovisuel souhaitant se tenir informé des tendances de la production en lien avec la mutation de l'audiovisuel.

TARIF

450 euros HT la journée

INTERVENANTS

Olivier MISSIR, Fondateur,
WManagement

Julien AUBERT, Président et
Fondateur, Bigger Than Fiction

OBJECTIFS

- Appréhender les formes de production, de distribution et de consommation émergentes et à succès sur les nouveaux supports (iPhone, TV connectées, iPad, etc.) ;
- Définir les évolutions récentes de l'univers des contenus audiovisuels, notamment sur le digital ;
- Caractériser les acteurs de la transformation du secteur.

4

MATINÉE

Les nouveaux acteurs et les nouveaux supports : panorama de l'année passée :

- Panorama des acteurs sur le marché et leur stratégie ;
- Les nouveaux types de services proposés par les nouveaux supports et les business models associés ;
- Les technologies proposées ;
- Evolution des services et des plateformes ;
- L'impact du communautaire (Twitter, Facebook, Youtube, etc.) ;
- L'impact du mobile ;
- Les services qu'il faudra suivre cette année.

APRÈS-MIDI

Les nouveaux supports et les nouvelles formes de contenus, nouvel espace d'expression pour les chaînes :

- Un nouveau terrain de production pour les diffuseurs et les producteurs ;
- L'émergence des MCNs en France et dans le monde ;
- La stratégie digitale des diffuseurs (Facebook, Youtube, etc.) ;
- Les applications : un nouveau support pour prolonger les expériences (jeux vidéos, livres numériques, etc.).

*Bilan pédagogique
Evaluation orale
Envoi des présentations des intervenants*

Enjeux croisés de l'audiovisuel et du numérique : actualités juridiques et contractuelles

DATES

Février 2018

DURÉE

2 journées de 7 heures
soit 14 heures

PUBLIC VISÉ

Tout professionnel de la culture, des médias et du numérique.

TARIF

450 euros HT la journée

INTERVENANTS

Karine RIAHI, Avocat associé
département IP/ IT, KGA Avocats

Marc SCHULER, Avocat à la Cour,
Bird&Bird

Benjamin ZNATY, Avocat à la Cour,
Bird&Bird

Giuseppe DE MARTINO, Directeur
général délégué, Dailymotion

Julien GROSSLERNER, Avocat à la
Cour, Ex-Directeur distribution et
juridique, Universal Networks France

OBJECTIFS

- Etre au courant de l'actualité législative, réglementaire et jurisprudentielle en matière de droit de l'audiovisuel, droit d'auteur et droit du digital ;
- Comprendre toutes les problématiques et spécificités juridiques liées aux enjeux croisés de l'audiovisuel et du numérique ;
- Maîtriser la dimension juridique de son activité professionnelle ;
- Aborder les thématiques de manière pragmatique.

JOUR 1

Plateformes de partage de contenus, medias sociaux (Facebook, Instagram, Snapchat, etc.) et données personnelles : droits, obligations, opportunités 5

- Droits et interdictions pour l'entreprise : publication, modération, avis et commentaires ;
- Définition des droits « communautés » et des « fans » ;
- Politique de confidentialité et encadrement du data management.

Analyse législative, réglementaire et jurisprudentielle en matière de droit d'auteur, droit de l'audiovisuel et droit du numérique

- Décryptage de l'actualité sur les 12 derniers mois ;
- Principaux enseignements pratiques en résultant ;
- Impacts sur la pratique contractuelle à anticiper.

JOUR 2

Les relations entre les acteurs de l'audiovisuel et les plateformes vidéo

- La protection des contenus ; leur monétisation et leur promotion ;
- Les différents contrats : partages de revenus, encapsulage (embed publishers), régie publicitaire, opérations spéciales (brand content), VOD payante...

Contrat et nouveaux services audiovisuels

- L'appréhension des nouveaux services audiovisuels par le contrat ;
- La sécurité technique ;
- Le défi de la délimitation territoriale par le contrat.

*Bilan pédagogique
Evaluation orale
Envoi des présentations des intervenants*

Financement de la fiction française et des coproductions internationales

DATES

27 - 28 juin 2017

DURÉE

2 journées de 7 heures
soit 14 heures

PUBLIC VISÉ

Producteurs, chargés de développement, responsables financiers et administratifs de sociétés de production, mais aussi créateurs souhaitant se familiariser avec le financement de projets.

TARIF

450 euros HT la journée

INTERVENANTS

Rémy SAUVAGET, Chargé de mission fiction à la direction de l'audiovisuel, CNC

Lilyane CROSNIER, Chargée de mission, Bureau Europe Créative France – Media

Arnaud DE BATTICE, Producteur, At Production (Belgique)

Alexandre PIEL, Directeur adjoint en charge de l'international, Arte

Mehdi SABBAR, Producteur, Big Band Story

OBJECTIFS

- Faire le point sur les différentes sources de financement en France et en Europe ;
- Analyser les mécanismes de production et de coproduction de projets audiovisuels, notamment de fiction ;
- Appréhender les méthodes de préparation d'un plan de financement.

6

JOUR 1

Le financement sous le prisme des aides publiques :

- Qui peut bénéficier d'une aide ?
- Les aides à la préparation et à la production ;
- Les conditions des différents soutiens ;
- Les calculs des soutiens ;
- Les aides européennes.

Le montage d'une coproduction :

- Le montage financier : subvention, minimum garanti, coproduction ;
- La mécanique du crédit d'impôt : comment le mettre en oeuvre, comment le combiner avec un tax shelter ? ;
- Tax Shelter et autres systèmes alternatifs ;
- Atelier pratique : quelques modèles de plan de financement et explication des termes techniques à l'aide d'un lexique.

JOUR 2

La vision d'un grand diffuseur en France : le rôle des diffuseurs dans le financement des projets de production de fiction

- Le rôle du diffuseur / le rôle du producteur ;
- Méthodes de travail et politique en coproduction ;
- Les liens avec les télévisions étrangères ;
- Les investissements des chaînes TV en France dans la production et analyse des apports diffuseurs ;
- Quotas et obligations dans la production en France et en Europe ;
- Les autres formes d'aide (minimum garanti, pré-ventes, 2ème fenêtre cab/sat/TNT, le nombre de diffusions couvertes par un pré-achat, etc.).

Le développement des coproductions internationales :

- Montages financiers et juridiques des coproductions ;
- Agréger les financements ;
- Les coproductions avec les pays étrangers : quelles implications ? Comment les gérer, les négocier ?
- Les couloirs de recettes ;
- Exemple de coproductions classiques vs. le pré-achat: les spécificités selon chaque chaîne ;
- Analyse d'une coproduction récente.

*Bilan pédagogique
Evaluation orale
Envoi des présentations des intervenants*

Création digitale

DATES

4 - 5 juillet 2017

DURÉE

2 journées de 7 heures,
soit 14 heures

PUBLIC VISÉ

Tout professionnel des médias souhaitant se familiariser avec la création digitale, notamment les auteurs et chefs de projet.

TARIF

450 euros HT la journée

INTERVENANTS

Ségolène ZAUG, Responsable de projets, France Televisions nouvelles écritures, Responsable de la plateforme Studio 4

Julien BRAULT Directeur digital et diversification, Endemol

Thomas CLEMENT, CEO & fondateur, NoSite

Nicolas MEYRIEUX, Youtubeur humoriste, chaîne YouTube La Barbe

OBJECTIFS

- Comprendre le processus de création de projets sur les nouvelles plateformes ;
- Analyser les méthodes d'écriture ;
- Identifier les contenus à succès et les équipes qui en sont à l'origine ;
- Anticiper les succès à venir.

JOUR 1

MCN à succès par l'exemple :

- Naissance du projet en question ;
- Sa stratégie ;
- Fonctionnement et organisation des équipes d'écriture ;
- Comment recruter de nouveaux talents ?
- Exemples de productions ;
- Du web à la TV.

Les nouveaux talents du web :

- Genèse du projet ;
- Méthodes d'écriture ;
- Construction et présentation d'un projet ;
- Exemples de productions.

JOUR 2

Quand les marques deviennent médias :

- Présentation de la stratégie : Brand Content ;
- Web-série ;
- Construction et présentation d'un projet ;
- Exemples de productions ;

Un label pour la création numérique originale :

- Les stratégies à mettre en place ;
- Fonctionnement et organisation avec les chaînes ;
- Construction et présentation de projets nouvelles écritures ;
- Exemples de productions ;
- Présentation et stratégie des plateformes nouvelles écritures.

7

*Bilan pédagogique
Evaluation orale
Envoi des présentations des intervenants*

Distribution et financement des productions nouveaux médias

DATES

6 - 7 juillet 2017

DURÉE

2 journées de 7 heures,
soit 14 heures

PUBLIC VISÉ

Tout professionnel des médias, traditionnels ou digitaux, particulièrement les producteurs et directeurs de production.

TARIF

450 euros HT la journée

INTERVENANTS

Pascal LECHEVALLIER, CEO, What's Hot Media

Astrid BORDELOUP - HAUSCHILD, Directrice de Production Digital, Golden Moustache, Studio +

Eric PELLEGRIN et Rémy REBOULLET, Producteurs, Bridges

Nadège BOINNARD, Chief operating officer, Novovision

OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux et les défis de la production et de la distribution sur le web ;
- Faire une mise au point sur les aides financières pour la production digitale ;
- Définir les façons de monétiser son contenu et les stratégies de distribution à adopter selon différents types de projets.

8

JOUR 1

Quel projet et quel format pour quel mode de distribution digitale?

- Définir une stratégie de distribution en fonction du contenu développé ;
- Différents formats pour quels financements.

Les différents types de financement :

- Analyse pratique des subventions et aides possibles, mais aussi des financements privés (pubs, brand content, etc.) ;

JOUR 2

Analyse détaillée de plans de financement et budgets de production dans l'univers digital :

- Cas pratique d'un financement, décryptage ;
- Analyse des projets, des participants (coûts de production, budget...).

Connaître les différentes façons de monétiser son contenu grâce aux différents types de distribution :

- Segmentation des droits pour optimiser ses revenus ;

*Bilan pédagogique
Evaluation orale
Envoi des présentations des intervenants*

Le bon pitch pour le bon programme

DATES

12 - 13 octobre 2017

DURÉE

2 journées de 7 heures,
soit 14 heures

PUBLIC VISÉ

Producteurs, scénaristes et auteurs

INTERVENANTS

Cyril **POUANT**, Directeur Juridique, Groupe Téléparis

Yann **CHASSARD**, Producteur

Thoms **ROCHE**, Professeur d'art oratoire, École de l'Art Oratoire

Hervé **MICHEL**, Président, TV France International

OBJECTIFS

- Faire bénéficier d'une mise à jour indispensable des connaissances
- Connaître les codes et les techniques à maîtriser afin de présenter au mieux son programme et s'ouvrir à l'étranger
- Acquérir les outils de base du pitch
- Développer son réseau professionnel

9

JOUR 1

Maîtriser les bases du pitch, avec Hervé MICHEL

- Quelques grandes règles du pitch et de la présentation
- Principes de la technique du pitch
- Les différents formats de pitch (elevator pitch, 7' pitch, etc.)
- La stratégie à réaliser en amont du pitch
- Les bons réflexes selon l'interlocuteur
- Les différents genres et leur impact sur la présentation à réaliser
- Un cas particulier : présenter le savoir-faire "Français" à l'international

Le résumé : l'art du teasing et travail des intentions, avec Yann CHASSARD

- Connaissance du secteur (diffuseurs, producteurs, grilles, lignes éditoriales, budget, financement, etc.)
- Connaissance des interlocuteurs (fonctionnement interne des diffuseurs, leur organisation, les ateliers, les méthodes de travail propres à chacun d'eux, etc.)
- Les "outils" pour pitcher (dossier, texte, log line)
- Les différents types de production à pitcher (documentaire, fiction, animation / format)

JOUR 2

Aborder sereinement une rencontre avec les producteurs / diffuseurs, avec Cyril **POUANT**

- Quel matériel est nécessaire lors d'une rencontre ?
- Quels documents me protègent ?
- Maîtriser les notions juridiques essentielles et connaître les organismes permettant de protéger son oeuvre.

Techniques de l'art oratoire, maîtriser sa peur ; séance de pitch et retours, avec Thomas **ROCHE**

- Discerner ses atouts et les mettre en valeur
- Technique de base de prise de paroles : savoir poser sa voix, maîtriser ses réactions, rebondir avec aisance
- Pitcher à l'oral sans dévoiler trop de détails pour protéger sa création
- Devenir acteur de sa présentation

*Bilan pédagogique
Evaluation orale
Envoi des présentations des intervenants*

Masterclass TV3.0, comprendre les mutations de l'audiovisuel

DATE

Novembre 2017

DURÉE

2 journées de 7 heures,
soit 14 heures

PUBLIC VISÉ

Toute personne travaillant dans les médias souhaitant maîtriser les enjeux du bouleversement de l'audiovisuel par l'univers digital et échanger avec d'autres professionnels de son secteur.

TARIF

550 euros HT les 2 jours

INTERVENANTS

À venir

OBJECTIFS

- Faire le point sur les évolutions de l'année écoulée dans les secteurs audiovisuel et digital ;
- Permettre une réflexion sur les changements et les transformations constatés ;
- Mieux appréhender les mutations à venir, que ce soit sur les plans de la production et de la distribution des programmes, ou dans le domaine des évolutions technologiques, des réglementations, des business models, des nouveaux supports de diffusion, etc. ;
- NETWORKING: Permettre aux professionnels, intervenants et participants, de se rencontrer et d'interagir grâce à leur réunion deux jours durant dans un même lieu.

*Bilan pédagogique
Evaluation orale
Envoi des présentations des intervenants*

Masterclass Fiction : focus annuel sur les fictions audiovisuelles à succès d'un pays invité

DATES

Mars 2018

DURÉE

2 journées de 7 heures,
soit 14 heures

PUBLIC VISÉ

Tout professionnel de l'audiovisuel souhaitant développer ou diffuser un projet de fiction : producteur, directeur littéraire, chargé de développement, auteur, réalisateur, etc.

TARIF

600 euros HT

INTERVENANTS

Des professionnels de la fiction audiovisuelle, showrunners, diffuseurs ou encore producteurs.

OBJECTIFS

- Analyser les grandes tendances des programmes de fiction ;
- Comprendre les lignes éditoriales des différents diffuseurs ;
- Théoriser les processus de création ;
- Identifier les outils et méthodes de développement des programmes fictionnels qui marchent ;
- Déterminer les attentes des diffuseurs pour les prochaines années ;
- Etudier des cas précis de fictions de qualité ;
- Appréhender la création des séries à succès de demain.

JOUR 1

JOUR 2

*Bilan pédagogique
Evaluation orale
Envoi des présentations des intervenants*

Spécificités et enjeux du marché de l'animation

DATES

12 - 13 décembre 2017

DURÉE

2 journées de 7 heures,
soit 14 heures

PUBLIC VISÉ

Tout professionnel de l'audiovisuel souhaitant développer ou diffuser un projet d'animation : producteur, directeur littéraire, chargé de développement, auteur, réalisateur, etc.

TARIF

900 euros HT les 2 jours

INTERVENANTS

Julien BORDE, Directeur de la SVOD, France Télévisions

Patricia ADANE, Responsable des programmations jeunesse, France Télévisions

Nathalie CHOURAQUI, Directrice Associée, Kazachock

Emmanuelle BARIL, Directrice des Coproductions et du Développement Animation et Fictions, Pôle TV Lagardère Active

David MICHEL, Producteur, Cottonwood, Anciennement Directeur Général de Marathon Media

Hélène VAYSSIERES, Responsable du service des courts et moyens métrages, Arte France

OBJECTIFS

- Comprendre les évolutions d'un genre fortement touché par les changements de stratégie des chaînes et du développement technologique ;
- Décrypter les mécanismes de création ;
- Mieux appréhender et comprendre le souhait des diffuseurs.

JOUR 1

L'animation sur le marché de la SVoD : une étape incontournable, par Julien BORDE

Table ronde France Télévisions : une offre jeunesse multi-supports, de la télévision traditionnelle aux créations animées, par Patricia ADANE

GULLI : la conquête d'une chaîne jeunesse spécialisée sur la TNT, par Emmanuelle BARIL

JOUR 2

Les opportunités des coproductions, par David MICHEL

L'importance du Licensing sur le marché de l'animation, par Nathalie CHOURAQUI

Arte : le marché de l'animation adulte en trois étapes, développement/ production/ diffusion, par Hélène VAYSSIERES

*Bilan pédagogique
Evaluation orale
Envoi des présentations des intervenants*

Négocier dans l'audiovisuel

DATES

22 - 23 juin 2017

DURÉE

2 journées de 7 heures soit 14 heures

PUBLIC VISÉ

Tout professionnel de l'audiovisuel souhaitant se perfectionner à la préparation et la conduite d'une négociation commerciale, salariale, syndicale, etc.

TARIF

450 euros HT la journée

INTERVENANTS

Marie KHAZRAI, Diplômée de l'ES-SEC, formatrice et consultante en négociation, résolution des conflits et prise de paroles en public

Mehdi SABBAR, Producteur, Big Band Story

Bettina HAUTIER, Ex-directrice adjointe des opérations de la fiction, TF1

OBJECTIFS

- Acquérir des outils efficaces pour préparer et mener une négociation afin d'aboutir à un accord durable ;
- Identifier son profil de négociateur : quel négociateur suis-je ? Comment aborder au mieux mon interlocuteur ?
- Préparer une négociation pour la réussir : quels sont les outils pour préparer une négociation ? Quelles informations dois-je obtenir afin d'arriver au meilleur accord ? Quelles sont les questions à me poser avant la négociation ?
- Conduire sa négociation : les stratégies à mettre en oeuvre selon les rapports de force : comment présenter mes arguments ? Quelles sont mes forces/ mes faiblesses ? Comment obtenir un accord favorable ?

13

JOUR 1

Préparer une négociation. Exemple : négociations entre producteur et agent

- Cas pratique d'une négociation entre un producteur et un agent ;
- Debriefing de la simulation et apport théorique ;
- Intervention d'un expert (Mehdi SABBAR) : analyse d'une négociation réelle.

JOUR 2

Mener une négociation jusqu'à la réalisation de l'accord : déployer la coopération et déjouer les stratégies compétitives

- Cas pratique d'une négociation, débriefing de la simulation et apport théorique ;
- Intervention d'un expert : Bettina Hautier ;
- Analyse de négociations réelles du point de vue du diffuseur.

*Bilan pédagogique
Evaluation orale
Envoi des présentations des intervenants*



Les ficelles de l'écriture humoristique

DATES

(À définir)

DURÉE

2 journées de 7 heures soit 14 heures

PUBLIC VISÉ

Cette formation s'adresse aux auteurs, scénaristes, chargés de développement, producteurs désirant collaborer à la création, à l'adaptation, au développement et à la production d'oeuvres humoristiques.

TARIF

280 euros HT la journée

INTERVENANTS

JUL, Auteur (*Silex and the City*)
(à confirmer)

Laurent STORCH, Président, Productions du Ch'timi («*Bienvenue chez les Ch'tis*», «*Rien à déclarer*»)

Christine BERROU, Auteur One man Show (Jamel Comedy Club, Grand Journal Canal +,...)

Lorenzo BENEDETTI, CEO, Studio Bagel Production (à confirmer)

OBJECTIFS

- Faire un état des lieux de la création et de la production de l'écriture humoristique en France ;
- Décrypter les méthodes de travail de plusieurs grands « maîtres » ;
- Étudier les cas qu'ils présenteront et en donner des clés de compréhension et d'analyse, du développement à la mise en production et à la diffusion.

14

JOUR 1

Écrire pour la télévision

- Tendances du marché ;
- Les trois fonctions dramatiques essentielles ;
- Spécificités de la comédie ;
- Méthode de rédaction ;
- Analyse d'une bible de comédie.

Écrire pour un One man show

- Trouver son style parmi les différents genres ;
- Écrire son spectacle, du sketch à la construction d'un tout ;
- Se mettre en scène.

JOUR 2

Écrire pour la bande dessinée

- Aimer dessiner : quand le trait définit une carrière ;
- Aimer raconter une histoire : le règne du scénariste ;
- Les bédéiste en duo ;
- Développer son propre univers avec cohérence ;
- L'art vs. Le marché.

Écrire pour le cinéma

- Tendances du marché ;
- Relation Producteur / Scénariste dans le processus créatif d'un film ;
- Comment créer une comédie à succès ?

Écrire pour le web

- Se distinguer vs. S'inscrire dans un genre ;
- L'écriture personnalisée et caractérisée ;
- Le rythme primordial.

Écrire pour les diffuseurs

- La vision d'un Groupe Audiovisuel en France ;
- L'actualité du marché ;
- Écrire pour des émissions, des chroniques, les talks show ;
- Les attentes d'un diffuseur en France ;
- Quelle vision pour le futur ?

Bilan pédagogique
Evaluation orale
Envoi des présentations des intervenants

À la demande

TARIF : Sur devis

La formation à la demande vous permet de bénéficier d'un enseignement entièrement personnalisable. L'objectif est d'approfondir des thématiques liées à l'audiovisuel (digital, presse ou cinéma) grâce à des intervenants spécialisés que nous sélectionnons pour vous selon votre demande.

Cette formation se construit sur mesure selon vos attentes. Elle peut varier à votre convenance pour un groupe ou un individu souhaitant bénéficier d'une expertise ciblée.

Les formateurs, issus des multiples branches du secteur, seront sélectionnés selon leur spécialité pour s'adapter à la demande, et établiront avec le bénéficiaire de la formation un parcours spécifique à sa démarche et à ses aspirations. La durée peut également varier en fonction du niveau et des besoins.

Afin d'organiser un rendez-vous préliminaire pour définir vos besoins, contactez-nous au : **01 43 55 00 40** ou info@themediafaculty.com

Optimiser l'efficacité de ma recherche d'emploi

INTERVENANTS

PUBLIC VISÉ

Toute personne souhaitant aborder efficacement une recherche d'emploi.

TARIF

Sur devis

Isabelle CARTIER, spécialiste en VAE et coaching

OBJECTIFS

Définir ou améliorer l'efficacité de votre stratégie de recherche d'emploi avec des outils et techniques mieux maîtrisés, adaptés à votre projet.

PROGRAMME

Ces différentes phases peuvent être adaptées en fonction des besoins spécifiques à chaque personne accompagnée.

16

- Me mettre en condition pour une recherche d'emploi ;
- Construire mon "marketing mix" personnel ;
- Elargir et affiner mon spectre de recherche grâce à une meilleure connaissance de l'écosystème sectoriel ;
- Comment attirer l'attention de mes cibles : être visible, lisible, se différencier ;
- Activer une "démarche réseau" efficace et à bon escient ;
- Capitaliser sur mon expérience pour étayer mon projet ;
- LinkedIn : comment l'utiliser efficacement ?
- Savoir me présenter oralement sous différents formats ?
- CV, lettre de motivation, entretien de recrutement : écueils et clés de réussite / mises en situation ;
- Synthèse partagée des fondamentaux.

Conseil digital : médias sociaux et stratégie de communication

DURÉE

2 jours

PUBLIC VISÉ

Tout professionnel des médias souhaitant comprendre et utiliser les médias sociaux dans sa stratégie de communication. Les cas pratiques sont adaptés aux enjeux propres des participants et à leurs requêtes.

La formation est individuelle ou groupée, en fonction de la demande.

TARIF

Sur devis

INTERVENANT

Nicolas HUBERMAN, Fondateur de l'agence de communication digitale 22 Novembre, ancien directeur du marketing et de la communication de Lagardère Active

OBJECTIFS

- Définir sa stratégie et cibler les réseaux BtoB adéquats en fonction de ses objectifs prioritaires ;
- Améliorer ses pratiques sur les médias sociaux (Twitter, Facebook, Instagram, etc.) ;
- Appréhender les médias sociaux à actionner en fonction des stratégies, les règles pour animer sa communauté ;
- Définir une ligne éditoriale et s'organiser pour produire les contenus ;
- Gérer les situations de crise sur les réseaux sociaux ;
- Evaluer ses actions et optimiser son community management.

17

PROGRAMME

Ces différentes phases peuvent être adaptées en fonction des besoins spécifiques à chaque personne accompagnée.

- Les bases des médias sociaux en BtoB : impacts sur les stratégies digitales ;
- Une grande diversité dans les réseaux sociaux ;
- Typologie et fonctionnalités des médias sociaux ;
- Comment mettre en place sa stratégie social média ;
- Développer le content marketing ;
- Evaluer le ROI et mettre en place les bons KPI ;
- Gérer les situations de crise sur les réseaux sociaux.
- Communiquer au mieux avec Facebook ;
- Maîtriser les codes de Twitter ;
- Développer son personal branding avec LinkedIn ;
- Publier ses contenus vidéos sur Youtube, Dailymotion, Vimeo ;
- Utiliser les médias sociaux émergents : Tumblr, Snapchat, Vine, Periscope ;
- Le marketing d'influence (blogueurs, youtubeurs et instagrameurs)

Anglais des médias

DURÉE

Etablie suite à un entretien préliminaire, en fonction du niveau et des besoins.

PUBLIC VISÉ

Tout professionnel des médias.
La formation est individuelle ou groupée, en fonction de la demande.

TARIF

Sur devis

INTERVENANTS

Laura LEMENS BOY, Dirigeante, LCB Medias & Marketing Ltd

OBJECTIFS

- Maîtriser le lexique professionnel propre au secteur des médias (digital, audiovisuel ou encore cinéma, selon la requête) ;
- S'exprimer avec aisance en langue anglaise dans un contexte de travail.

PROGRAMME

Ces différentes phases peuvent être adaptées en fonction des besoins spécifiques à chaque personne accompagnée.

18

- Apprentissage du vocabulaire spécifique à différentes situations professionnelles (conference calls, présentations, entretiens, réunions, etc.) ;
- Travail sur la fluidité de l'expression, et notamment sur l'appréhension des accents anglais et américain ;
- Simulations d'échanges.
- Travail sur la compréhension des interlocuteurs à l'oral ainsi que des textes écrits ;

Coaching de préparation à la recherche d'emploi

DURÉE

10 heures de séances
(approximativement)

PUBLIC VISÉ

Toute personne souhaitant aborder
efficacement une recherche d'emploi,
de manière suivie et personnalisée.

TARIF

Sur devis

INTERVENANTS

Des professionnels des médias sélectionnés en fonction des projets élaborés
par le bénéficiaire.

OBJECTIFS

- Optimiser le potentiel du client en vue de son accès au marché du travail dans
le secteur des médias ;
- Préparer et renforcer les candidatures.

PROGRAMME

*Ces différentes phases peuvent être adaptées en fonction
des besoins spécifiques à chaque personne accompagnée.*

- Ecoute et analyse du projet professionnel envisagé ;
- Analyse et optimisation du CV en français et au besoin
en anglais ;
- Analyse et optimisation de la présence digitale sur les
réseaux sociaux professionnels ;
- Aide à la rédaction de réponses à candidature et lettres
de motivation spontanées ;
- Accompagnement à la pratique et à l'utilisation du réseau
- elle inclue une préparation et un suivi des rencontres
réseau ;
- Sessions de coaching visant à développer la confiance,
la motivation et la capacité à convaincre notamment en
prévision d'entretiens.

Coaching de carrière

DURÉE

Déterminée au terme d'un entretien préparatoire

PUBLIC VISÉ

Toute personne ou groupe de personnes désireuse(s) de bénéficier d'un suivi personnalisé de carrière et de ses projets professionnels dans le secteur des médias

TARIF

Sur devis

INTERVENANTS

Des professionnels des médias sélectionnés en fonction des projets élaborés par le bénéficiaire.

OBJECTIFS

- Accompagner un individu ou un groupe dans le cadre de son développement professionnel ;
- Définir un objectif réaliste et clair en concordance avec les besoins et les enjeux du professionnel coaché ;
- Anticiper ses évolutions souhaitées ou à venir.

PROGRAMME

Ces différentes phases peuvent être adaptées en fonction des besoins spécifiques à chaque personne accompagnée.

20

- Entretien préliminaire définissant les moyens nécessaires pour mener le coaching à bien, établissant un planning prévisionnel et les sujets traités ;
- Préparation aux entretiens de recrutement ;
- Accompagnement à la prise de poste, à un changement de fonction ;
- Travail sur l'identité professionnelle, sur l'offre de service, etc. ;
- Accompagnement au changement dans le cadre de la modification du contexte en entreprise (rachat, changement de management, situation de crise, etc.).

Outplacement

DURÉE

De 3 à 18 mois en fonction du profil

PUBLIC VISÉ

Cadres, managers et dirigeants du secteur audiovisuel faisant face à un licenciement ou autre rupture conventionnelle du contrat de travail. L'outplacement peut être individuel ou collectif, mandaté par l'entreprise.

TARIF

Sur devis

INTERVENANTS

Coaches et consultants spécialisés dans l'évolution de carrière et dans les mutations du secteur des médias.

OBJECTIFS

- Permettre aux professionnels d'identifier de nouvelles opportunités de carrière dans le secteur des médias ;
- Optimiser le potentiel du client pour faciliter son accès au marché du travail ;
- Aider au re-positionnement consécutif à une rupture de contrat.

PROGRAMME ET EXPERTISE

- Le bilan de compétences ;
- Un travail sur l'élaboration du projet professionnel ;
- Un travail sur la marque, l'identité professionnelle et l'offre de service ;
- La mise en place d'un CV probant ;
- La mise en place de la présence digitale (Linkedin, Viadeo, Facebook, référencement naturel, etc.) ;
- L'identification et la mise en relation avec des interlocuteurs à valeur ajoutée permettant de valider la cohérence projet / CV / personnalité / marché ;
- La préparation à l'entretien incluant notamment un travail sur la posture et les éléments clés de la présentation ;
- Un suivi de la prestation d'accompagnement via la mise en place d'un accès régulier au consultant-coach ;
- Du coaching de motivation, de négociation, etc.

VAE (Validation des Acquis de l'Expérience)

DURÉE

24 à 34 heures d'entretiens

PUBLIC VISÉ

Tout professionnel de l'audiovisuel souhaitant dynamiser sa carrière par la reconnaissance académique de ses compétences, tout en restant engagé dans la vie active.

TARIF

Sur devis

INTERVENANTS

Un consultant dédié unique tout au long de la démarche

OBJECTIFS

- Obtenir un diplôme (éducation nationale, universités, écoles supérieures privées) sans prérequis de diplôme et sans retour en formation ;
- Démontrer l'acquisition effective des compétences attendues par l'analyse formalisée de son expérience professionnelle et de son apprentissage du métier.

PROGRAMME ET EXPERTISE

22

- Une très bonne connaissance des certifications du secteur audiovisuel et des attentes des jurys ;
- Un accompagnement dans la démarche, ajustable selon vos besoins ;
- Un accompagnement à distance privilégié avec un outil de WebConférence permettant un gain de temps et une souplesse d'organisation du travail (entretiens en face-à-face possibles également) ;
- Un accompagnement tout au long du projet pour une meilleure efficacité ;

- Un soutien tout au long de la démarche ;

· Une approche pédagogique concrète et stimulante essentiellement sous forme d'apports méthodologiques concernant la spécificité du travail rédactionnel et analytique en VAE et d'un questionnement d'explicitation rigoureux et bienveillant ;

- Une confidentialité totale sur les informations et documents fournis par le candidat au cours de son accompagnement.

Dans le cadre d'un projet de reprise d'études supérieures, nous pouvons également vous accompagner pour l'élaboration d'un dossier de Validation des Acquis Professionnels (VAP 85).

Bilan de compétences

DURÉE

Hors entretien préliminaire, 14 heures réparties en 7 séances et 10 heures de travail personnel moyennant des outils fournis au bénéficiaire.

PUBLIC VISÉ

Toute personne désireuse d'une mise au point sur ses aptitudes.

TARIF

Sur devis,
entretien préliminaire gracieux

INTERVENANTS

Des professionnels des médias sélectionnés en fonction des projets élaborés par le bénéficiaire.

OBJECTIFS

- Identifier les potentiels et compétences de chacun ;
- Procéder à la validation opérationnelle de projets professionnels grâce à l'expertise de votre accompagnateur expert des médias.

PROGRAMME

Ces différentes phases peuvent être adaptées en fonction des besoins spécifiques à chaque personne accompagnée.

- Entretien préliminaire : expression des attentes du bénéficiaire ;
- Détermination du capital personnel et professionnel ;
- Aspirations et élaboration de projets ;
- Validation, plan d'action et restitution du document de synthèse.

Contact

THE MEDIA FACULTY

5 rue Ampère,
75017 Paris,
France

+33 (0)1 43 55 00 40
info@themediafaculty.com

Sociétés clientes :

