

COMMUNICATION DES ENTREPRISES ET DES INSTITUTIONS

Stages : exemples de missions

COMMUNICATION DES ENTREPRISES ET DES INSTITUTIONS

Chargé(e) de communication interne et externe

- élaboration et la mise en place de nouveaux sites : intranet/extranet, webnewsletter en termes de positionnement de contenu, structuration de rubriques, rédaction d'articles. et opérations de lancement.
- élaboration de certains supports commerciaux (lettres mailing, brochures commerciales, invitations pour des événements type conférence .) en terme de rédaction, de maquettage et de suivi de nos prestataires externes.
- rédaction des articles pour différents supports tels que des webnewsletter et des communiqués de presse

Relations presse et relations publiques

- veille documentaire (actualité économique, politique, législative) ;
- contacts journalistes : relances, organisation d'interviews ;
- suivi des campagnes RP : élaboration des bilans, revue de presse, veille media ;
- rédaction de dossiers et communiqués de presse ;
- constitution et réactualisation de fichiers ;
- participation à l'organisation des événements RP mis en place par l'agence (conférence de presse, colloque) ;
- participation à la conception de recommandations stratégiques pour les clients.

COMMUNICATION POLITIQUE ET DES INSTITUTIONS PUBLIQUES

Communication institutionnelle

Relations presse (réponses aux questions des journalistes, organisation de rencontres presse). Rédaction d'éléments de langage, et de notes de synthèse à usage interne. Communication événementielle et relations publiques. Interface Sécurité Routière / Agences de communication et autrespartenaires externes sur diverses missions (suivi des campagnes média,définition de l'identité graphique...)Communication de crise éventuelle.

COMMUNICATION DES ENTREPRISES ET ORGANISATIONS INTERNATIONALES

Chargé(e) de missions géographiques

- organisation, le lancement, le suivi des opérations(réunions, séminaires, colloques, délégations)
- réalisation de compte-rendus, revues de presse, dossiers entreprises / pays support de la communication et de la promotion des opérations auprès des entreprises et des administrations françaises et étrangères.

Chargé(e) d'études

- analyse d'études prospectives portant sur les comportements de consommateurs français et étranger, afin d'en dégager les évolutions significatives pouvant impacter le marché.
- sensibilisation des principaux responsables commerciaux et marketing, à ces évolutions, notamment par le biais d'une lettre périodique.