

COMMUNICATION, MÉDIAS ET MÉDIATISATION

Stages : exemples de missions

COMMUNICATION, MARKETING, MANAGEMENT DES MEDIAS

Chargé(e) de promotion et communication

- développement des stratégies de promotion auprès des différents médias (TV, radio, presse), new média (internet etc..) en travaillant avec les différents acteurs, manager, tour manager, promoteur autour de l'organisation de concert. Ainsi que sur les logistiques relatives à la promo pour les artistes en déplacement.
- préparation des stratégies de communication selon le profil de l'artiste et des différents types de médias radios généralistes, radios spé, radios associatives, presse généraliste, PQR, presse spécialisée, et télévisions régionales et nationales.
- évaluation des retombées médiatiques tant de façon qualitatives que quantitatives en rédigeant des rapports promo pour les différents acteurs de la filière, commercial, label managers, manager, artiste.

Chargé du suivi du développement de médias

- conception et suivi de projet éditorial print et/ou multimedia,
- rédaction, coordination des différents intervenants internes et externes (journalistes, graphistes, secrétaires de rédaction, photographes, illustrateurs, story-boarders, flasheurs, développeurs, intégrateurs...);
- participation aux réponses aux appels d'offres print et web
- Communication interne
- communication institutionnelle
- BtoB / BtoC / print/web

MEDIAS INFORMATISES ET STRATEGIES DE COMMUNICATION

Communication éditoriale institutionnelle BtoC et BtoB

- participation à l'animation et la conception de la politique éditoriale institutionnelle et BtoC
- gestion de projets éditoriaux off-line et on-line (de la définition du brief et la conception éditoriale jusqu'au suivi de projet).
- relations avec les prestataires et les équipes internes
- Veille et benchmark sur Internet et sur les politiques éditoriales.

Consultant Internet junior

- analyse des marques, rédaction et mise à jour des dossiers de marque
- analyse des problématiques clients et conduite d'études benchmark
- rédaction de recommandations stratégiques, marketing et ergonomiques
- scénarisation et conception de nouvelles interfaces, en coordination avec les ergonomes, webdesigners et développeurs
- le suivi de la relation client, des plannings et des budgets