Culture digitale

Acculturation digitale pour les fonctions supports des médias

2 jours (14h00) | 4,6/5 | ACD-SUPP | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Formations Univers professionnel › Presse et Médias › Culture digitale

Document mis à jour le 25/04/2024

Objectifs de formation

A l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Identifier les concepts-clés de la culture digitale
- Décrypter la transformation digitale appliquée aux médias et à leurs propres contraintes
- Déterminer sur quels leviers agir et pourquoi
- Mesurer l'importance vitale de l'engagement des audiences
- Utiliser les nouveaux outils pour atteindre de nouveaux objectifs
- Développer de nouvelles aptitudes plus collaboratives et transversales.

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Formation délivrée en présentiel ou distanciel* (blended-learning, e-learning, classe virtuelle, présentiel à distance).

Le formateur alterne entre méthode** démonstrative, interrogative et active (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation).

Variables suivant les formations, les moyens pédagogiques mis en oeuvre sont :

- Ordinateurs Mac ou PC (sauf pour certains cours de l'offre Management), connexion internet fibre, tableau blanc ou paperboard, vidéoprojecteur ou écran tactile interactif (pour le distanciel)
- Environnements de formation installés sur les postes de travail ou en ligne
- Supports de cours et exercices

En cas de formation intra sur site externe à M2i, le client s'assure et s'engage également à avoir toutes les ressources matérielles pédagogiques nécessaires (équipements informatiques...) au bon déroulement de l'action de formation visée conformément aux prérequis indiqués dans le programme de formation communiqué.

** nous consulter pour la faisabilité en distanciel*

*** ratio variable selon le cours suivi*

Prérequis

Aucun.

Public concerné

Toute personne travaillant au sein des services marketing, IT, publicitaires et responsables de BU au sein des médias.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2i Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Jour 1

Le digital décrypté

- Les concepts et mots-clés du digital
  - Comprendre l'importance du SEO (Search Engine Optimization)
  - Définir les 10 concepts-clés du digital pour les médias
  - Longue traîne, personas, UX...
- Qu'est-ce que le digital pour les médias ?
  - La conquête de nouveaux clients avant tout
  - Une stratégie de contenus pour plus d'engagement
  - Satisfaire la quête de sens du client

Exemples de travaux pratiques (à titre indicatif)

- *Qu'est-ce que la plus-value pour les audiences dans un monde numérique ?*
  - *Focus sur le contenu : quelle est la finalité d'un contenu ?*
  - *Focus sur l'expérience utilisateur*
  - *Comment être véritablement original et utile sur le digital ?*

Le digital en pratique et au service de votre projet

- Intégrer le numérique dans son travail au quotidien (première partie)
  - Comment travailler de manière asynchrone et en situation de mobilité ?
  - Apprendre à partager les tâches, se coordonner et suivre le projet
  - Travailler en mode "start-up", la quête d'Agilité
  - Quels outils pour travailler autrement ?
  - Eventail de solutions

Jour 2

Le digital en pratique et au service de votre projet (suite)

- Accélérer le processus d'innovation (seconde partie)

  - Intégrer des profils différents : qu'est-ce que cela veut dire ?
  - Hackathon appliqué aux médias : comment abattre les murs pour résoudre un problème ?
  - Design Thinking pour envisager les projets autrement
  - Travailler en mode "Lab" : qu'est-ce que cela impose ?

Introduction à l'Intelligence Artificielle Générative

- Définition et concepts-clés de l'Intelligence Artificielle Générative
- Applications et opportunités de l'IA Générative
- Les défis éthiques et les meilleures pratiques pour l'utilisation de l'IA Générative

Exemples de travaux pratiques (à titre indicatif)

- *Atelier pratique sur l'Intelligence Artificielle Générative*
  - *Présentation de quelques outils d'IA Générative pour le journalisme*
  - *Mise en pratique : utiliser un modèle de langage pour générer des idées d'articles, rédiger des résumés...*
  - *Discussion et débat sur les implications de l'IA Générative dans le journalisme*

Tour du monde de la transformation digitale en 10 médias

- 10 projets réussis de transformation digitale d'un média traditionnel au digital
- Focus sur :
  - Les contenus éditoriaux
  - La publicité
  - Le marketing
  - Le mobile
  - L'abonnement numérique et le membership

Comment faciliter la transformation digitale d'un média

Exemples de travaux pratiques (à titre indicatif)

- *Rôle et mission des services supports*
  - *Tour de table : soyez force de proposition*
  - *Classement des idées selon leur intérêt : projet véritablement disruptif ou pas ?*
  - *Comment auriez-vous pu améliorer votre proposition ?*
  - *Débat : à quoi faut-il être le plus vigilant ?*

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d’évaluation des acquis

- En cours de formation, par des productions
- Et, en fin de formation, par un questionnaire d'auto-évaluation

Accessibilité de la formation

Le groupe M2i s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Les détails de l'accueil des personnes en situation de handicap sont consultables sur la page Accueil et Handicap.

Modalités et délais d’accès à la formation

Les formations M2i sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme. Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation. Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 11 jours ouvrés.