



com'
sup



Fiches métiers



”

Introduction



L'école Com'SUP Sup a pris soin de préparer pour vous un guide des métiers de la communication, des médias et du journalisme, dans le but de vous aider à choisir la formation qui s'aligne le mieux avec vos aspirations professionnelles.

Ce guide vous offre une vue d'ensemble des missions principales, des compétences et qualités nécessaires, ainsi que des tendances et facteurs d'évolution de chaque métier. Grâce à ces informations, vous pourrez mieux vous orienter sur le marché du travail et faire des choix éclairés concernant vos études, en fonction de vos compétences et de vos passions.



01

**Filière
Communication
des organisations**

Directeur marketing

1. PRÉSENTATION

Le Directeur Marketing est un professionnel stratégique au sein d'une entreprise, responsable de la conception, de la mise en œuvre et de la supervision des stratégies marketing visant à promouvoir les produits ou services de l'entreprise. Ce rôle clé nécessite à la fois une expertise en marketing, une vision stratégique et un leadership fort.

2. MISSIONS

- Définir la stratégie marketing globale en collaboration avec la direction générale.
- Concevoir des plans marketing pour atteindre les objectifs de vente et de notoriété de l'entreprise.
- Superviser les études de marché pour comprendre les besoins des consommateurs et évaluer la concurrence.
- Gérer le budget marketing et allouer les ressources de manière efficace.
- Coordonner les équipes marketing pour exécuter les campagnes publicitaires, les promotions et les initiatives de communication.
- Analyser les performances des campagnes et ajuster les stratégies en conséquence.
- Établir des partenariats avec des agences de publicité, des médias et d'autres intervenants clés.
- Diriger le développement de nouveaux produits en fonction des insights du marché.
- Collaborer avec les équipes de vente pour optimiser les stratégies commerciales.
- Assurer une veille constante sur les tendances du marché et les innovations marketing.





4. COMPÉTENCES

- Excellente compréhension du marketing digital, des médias sociaux et des outils analytiques.
- Capacité à penser de manière stratégique et à prendre des décisions basées sur les données.
- Fortes compétences en gestion de projet et en leadership d'équipe.
- Maîtrise des techniques de communication et de négociation.
- Aptitude à travailler dans un environnement dynamique et en constante évolution.

5. LES QUALITÉS

Créativité et innovation pour développer des campagnes marketing originales.

Sens aigu de l'analyse pour interpréter les données et ajuster les stratégies.

Capacité à inspirer et à motiver les membres de l'équipe.

Excellentes compétences en résolution de problèmes et en prise de décision.



En résumé, le Directeur Marketing est essentiel pour la croissance et la visibilité d'une entreprise. Ce poste requiert un mélange unique de compétences analytiques, créatives et de leadership pour élaborer et exécuter des stratégies marketing efficaces, tout en restant à l'avant-garde des tendances du marché.



Directeur de la Communication

1. PRÉSENTATION

Le Directeur de la Communication est un professionnel clé au sein d'une organisation, chargé de développer et de mettre en œuvre la stratégie de communication globale de l'entreprise. Ce rôle requiert à la fois des compétences en communication, en relations publiques et en gestion pour renforcer la réputation et l'image de l'entreprise.



2. MISSIONS

- Concevoir et mettre en œuvre la stratégie de communication interne et externe.
- Superviser les relations publiques, les relations presse et les campagnes de communication.
- Développer des plans de communication pour soutenir les objectifs commerciaux et institutionnels.
- Gérer les crises de communication et anticiper les problèmes potentiels.
- Collaborer avec d'autres départements pour assurer la cohérence et l'efficacité des messages.
- Assurer la gestion des médias sociaux et de la présence en ligne de l'entreprise.
- Organiser des événements et des conférences pour promouvoir l'image de l'entreprise.
- Développer des partenariats avec des influenceurs et des organisations externes.



4. COMPÉTENCES

- Excellente maîtrise de la communication écrite et verbale.
- Compétences avancées en relations publiques et en gestion de crise.
- Capacité à travailler sous pression et à gérer plusieurs projets simultanément.
- Connaissance approfondie des outils de communication traditionnels et numériques.
- Fortes compétences en leadership et en gestion d'équipe.

5. LES QUALITÉS

Créativité et innovation pour développer des campagnes de communication percutantes.

Sens aigu de l'organisation et de la planification.

Capacité à établir et à maintenir des relations avec les médias et les parties prenantes.

Diplomatie et tact dans la gestion des situations délicates.



En résumé, Le Directeur de la Communication est indispensable pour maintenir une réputation positive et une image de marque forte pour l'entreprise. Ce poste exige des compétences variées en communication, en gestion et en leadership pour développer et exécuter des stratégies de communication efficaces, adaptées aux besoins de l'entreprise et aux évolutions du marché.



Brand stratégiste

1. PRÉSENTATION

Le Brand Stratégiste est un professionnel spécialisé dans le développement et la gestion de l'identité de marque d'une entreprise ou d'une organisation. Son rôle principal est de créer des stratégies de marque efficaces pour renforcer la perception positive de la marque, accroître sa visibilité et fidéliser les clients.

2. MISSIONS

- Définir la vision et les objectifs de la marque en collaboration avec la direction.
- Élaborer des stratégies de positionnement de la marque sur le marché.
- Développer des campagnes de communication et de marketing cohérentes avec l'identité de la marque.
- Surveiller et analyser la concurrence ainsi que les tendances du marché.
- Collaborer avec les équipes créatives pour garantir la cohérence visuelle et narrative de la marque.
- Effectuer des recherches approfondies sur le marché et les comportements des consommateurs.
- Définir les guidelines de la marque et s'assurer de leur respect dans toutes les activités de communication.
- Participer au développement de nouveaux produits ou services alignés avec la stratégie de marque.

4. COMPÉTENCES

- Excellente compréhension du branding et des principes de marketing.
- Capacité à analyser les données et à traduire les insights en stratégies de marque efficaces.
- Maîtrise des outils de veille concurrentielle et de recherche marketing.
- Compétences en gestion de projet et en coordination interne.

5. LES QUALITÉS

Créativité et capacité à penser de manière innovante.

Sens aigu de l'esthétique et du design.

Esprit stratégique et vision à long terme.

Excellentes compétences en communication et en négociation.

”

En résumé, Le Brand Stratégiste joue un rôle essentiel dans la construction et la gestion de l'identité d'une marque. Ce poste requiert un mélange unique de compétences en marketing, en créativité et en stratégie pour développer des stratégies de marque percutantes et adaptées aux attentes changeantes des consommateurs.



Responsable Communication / Relations Publiques



1. PRÉSENTATION

Le Responsable Communication / Relations Publiques est chargé de développer et de mettre en œuvre la stratégie de communication d'une entreprise ou d'une organisation, ainsi que de gérer les relations avec les médias et les parties prenantes externes. Ce professionnel joue un rôle crucial dans la promotion de l'image et de la réputation de l'entité qu'il représente.

2. MISSIONS

- Élaborer la stratégie de communication globale en alignement avec les objectifs stratégiques de l'entreprise.
- Gérer les relations avec les médias et les journalistes pour assurer une couverture médiatique positive.
- Créer et diffuser des contenus pertinents via différents canaux de communication (presse, digital, événementiel, etc.).
- Organiser des événements et des actions de relations publiques pour accroître la visibilité de l'entreprise.
- Superviser les campagnes de communication interne pour maintenir l'engagement des employés.
- Développer des partenariats stratégiques avec des influenceurs et des acteurs clés du secteur.
- Analyser les retombées médiatiques et évaluer l'efficacité des actions de communication.

4. COMPÉTENCES

- Excellente maîtrise des techniques de communication et des outils médiatiques.
- Connaissance approfondie des médias traditionnels et numériques.
- Compétences rédactionnelles avancées pour la rédaction de communiqués de presse et de contenus variés.
- Capacité à travailler sous pression et à gérer des situations délicates.

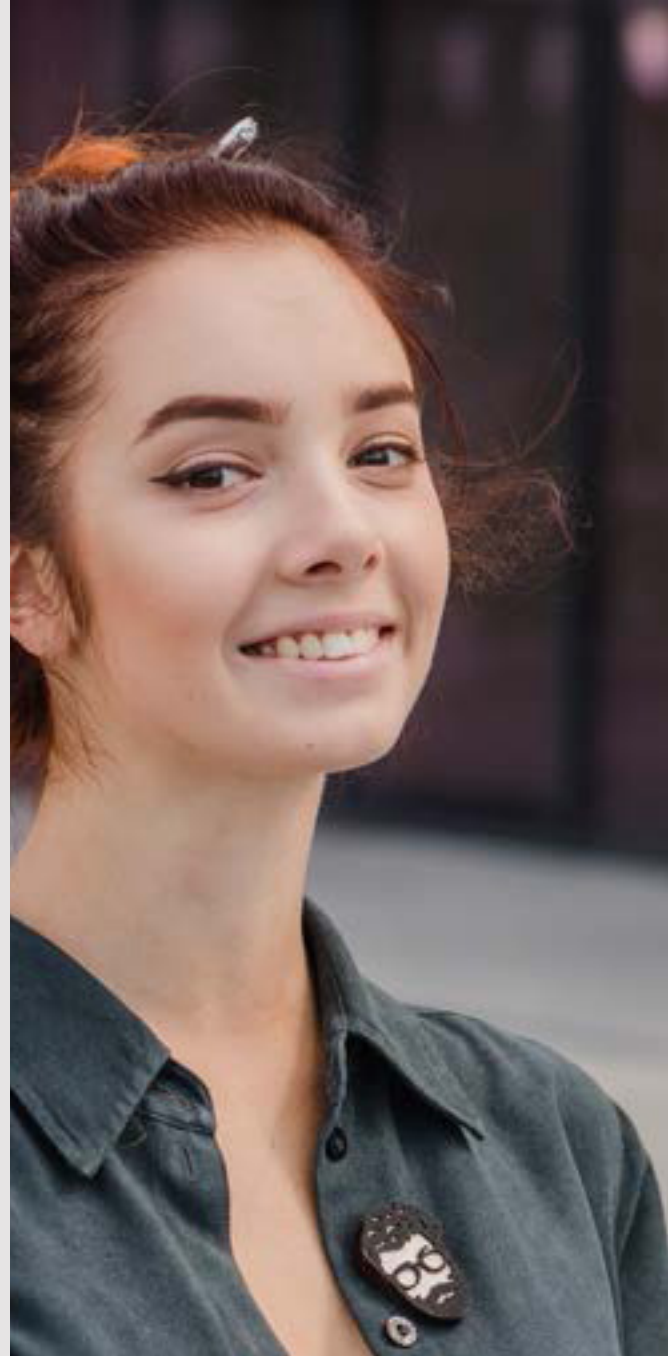
5. LES QUALITÉS

Créativité et capacité à proposer des idées innovantes.

Sens de l'organisation et rigueur dans la gestion des projets.

Excellentes compétences relationnelles et diplomatie.

Réactivité et adaptabilité face aux imprévus.



En résumé, Le Responsable Communication / Relations Publiques occupe une position clé dans la gestion de l'image et de la réputation d'une entreprise. Ce poste demande des compétences variées en communication, en gestion de projet et en relations publiques, ainsi que des qualités personnelles telles que la créativité, la rigueur et l'adaptabilité aux évolutions du secteur.

Chef de produit / projet



1. PRÉSENTATION

Le Chef de Produit / Projet est un professionnel chargé de la gestion et du développement d'un produit ou d'un projet au sein d'une entreprise. Ce rôle combine à la fois des compétences en marketing, en gestion de projet et en stratégie pour assurer le succès commercial des produits ou initiatives.

2. MISSIONS

- Définir la stratégie de développement du produit ou du projet en collaboration avec les équipes concernées.
- Superviser le cycle de vie du produit ou du projet, de la conception à la commercialisation.
- Analyser le marché et la concurrence pour identifier les opportunités et les tendances.
- Élaborer des plans marketing et définir les objectifs de vente.
- Coordonner les équipes de développement, de marketing et de vente pour atteindre les objectifs fixés.
- Évaluer les performances du produit ou du projet et proposer des ajustements si nécessaire.
- Assurer la gestion du budget alloué au projet et optimiser les ressources disponibles.
- Collaborer avec les équipes techniques pour garantir la faisabilité et la qualité du produit.





4. COMPÉTENCES

- Maîtrise des techniques de marketing produit et des stratégies de lancement.
- Bonne compréhension des principes de gestion de projet et des méthodologies agiles.
- Capacité à analyser les données de marché et à prendre des décisions stratégiques.
- Excellentes compétences en communication et en gestion d'équipe.

5. LES QUALITÉS

Créativité et esprit d'innovation pour développer des produits différenciés.

Sens de l'organisation et rigueur dans la gestion des projets.

Capacité à travailler sous pression et à respecter les délais.

Aptitude à négocier et à influencer les parties prenantes internes et externes.

En résumé, le Chef de Produit / Projet est un acteur central dans la réussite d'un produit ou d'un projet au sein d'une entreprise. Ce poste requiert un ensemble de compétences en marketing, en gestion de projet et en leadership, ainsi que des qualités personnelles telles que la créativité, l'organisation et la capacité à s'adapter aux évolutions du marché.





Community & content Manager

1. PRÉSENTATION

Le Community & Content Manager est un professionnel chargé de gérer la présence en ligne d'une entreprise ou d'une marque à travers la création de contenus engageants et la gestion des communautés sur les réseaux sociaux. Ce rôle vise à renforcer l'interaction avec les audiences et à développer une relation positive avec les clients.

2. MISSIONS

- Développer une stratégie de contenu adaptée aux objectifs de communication et de marketing.
- Créer et publier du contenu attrayant (articles, vidéos, infographies, etc.) sur les plateformes numériques.
- Animer et modérer les communautés en ligne pour favoriser l'engagement et répondre aux interactions.
- Analyser les performances des contenus et ajuster les stratégies en conséquence.
- Collaborer avec d'autres équipes (marketing, communication, service client) pour assurer la cohérence des messages.
- Gérer les campagnes de publicité et de promotion sur les réseaux sociaux.
- Assurer une veille constante sur les tendances et les évolutions des plateformes sociales.



4. COMPÉTENCES

- Maîtrise des outils et des pratiques liés aux réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, etc.).
- Excellentes compétences en rédaction et en storytelling.
- Capacité à analyser les données d'engagement et à utiliser des outils d'analyse web.
- Connaissance des principes de référencement (SEO) et du marketing digital.

5. LES QUALITÉS

Créativité et capacité à générer des idées originales.

Sens de l'organisation et capacité à gérer plusieurs tâches simultanément.

Fortes compétences en communication et en relations interpersonnelles.

Réactivité et capacité à travailler dans un environnement dynamique.

En résumé, Le Community & Content Manager joue un rôle central dans la construction et la gestion de la réputation en ligne d'une entreprise. Ce poste exige des compétences variées en communication, en marketing digital et en gestion de communautés, ainsi que des qualités personnelles telles que la créativité, la réactivité et la capacité à s'adapter aux évolutions constantes du digital.



Directeur de Clientèle

1. PRÉSENTATION

Le Planneur Stratégique est un professionnel clé dans le domaine de la communication et du marketing, chargé d'analyser les marchés, les tendances et les comportements des consommateurs afin de développer des stratégies efficaces pour les marques et les entreprises. Ce rôle combine à la fois des compétences analytiques approfondies et une vision stratégique pour guider les décisions marketing et communicationnelles. Il s'appuie sur une compréhension approfondie du marché, des consommateurs et des concurrents pour formuler des recommandations pertinentes et créatives.

2. MISSIONS

- Développer et entretenir des relations de confiance avec les clients existants.
- Identifier les opportunités de développement commercial chez les clients et assurer la croissance du portefeuille.
- Comprendre les besoins et objectifs des clients pour proposer des solutions sur mesure.
- Coordonner les équipes internes (créatives, techniques, commerciales) pour répondre aux attentes des clients.
- Assurer le suivi des projets et veiller à la qualité des livrables.
- Présenter des recommandations et des propositions commerciales aux clients.
- Gérer les budgets alloués aux différents projets clients.

4. COMPÉTENCES

- Excellente connaissance du secteur d'activité et des tendances du marché.
- Compétences avancées en communication et en négociation.
- Capacité à gérer efficacement les priorités et les échéances.
- Maîtrise des outils informatiques et des logiciels de gestion de la relation client (CRM).

5. LES QUALITÉS

Fortes compétences relationnelles et sens du service client.

Esprit d'analyse et capacité à identifier les besoins des clients.

Capacité à travailler en équipe et à mobiliser les ressources nécessaires.

Persévérance et orientation vers les résultats.

En résumé, Le Directeur de Clientèle occupe une position clé dans la gestion des relations clients et le développement des affaires. Ce poste demande des compétences étendues en communication, en gestion de projet et en leadership, ainsi que des qualités personnelles telles que la capacité à comprendre les besoins des clients, à proposer des solutions innovantes et à garantir la satisfaction à long terme des clients.



Planneur Stratégique



1. PRÉSENTATION

Le Planneur Stratégique est un professionnel clé dans le domaine de la communication et du marketing, chargé d'analyser les marchés, les tendances et les comportements des consommateurs afin de développer des stratégies efficaces pour les marques et les entreprises. Ce rôle combine à la fois des compétences analytiques approfondies et une vision stratégique pour guider les décisions marketing et communicationnelles. Il s'appuie sur une compréhension approfondie du marché, des consommateurs et des concurrents pour formuler des recommandations pertinentes et créatives.

2. MISSIONS

- Analyser les tendances du marché, les insights consommateurs et les données concurrentielles.
- Définir les objectifs stratégiques des campagnes en collaboration avec les équipes créatives et commerciales.
- Élaborer des briefs stratégiques pour guider le développement créatif des campagnes.
- Veiller à la cohérence et à l'efficacité des messages et des actions marketing.
- Mesurer les performances des campagnes et proposer des ajustements stratégiques si nécessaire.
- Participer à la veille concurrentielle et sectorielle pour identifier les opportunités.
- Contribuer à la construction et à la valorisation des marques en proposant des recommandations stratégiques.



3. COMPÉTENCES

- Excellente capacité d'analyse et de synthèse des données marketing et consommateurs.
- Maîtrise des outils de recherche et d'analyse de marché.
- Compréhension approfondie des techniques de segmentation et de positionnement.
- Fortes compétences en communication écrite et orale.

4. LES QUALITÉS

Créativité et esprit innovant pour proposer des solutions originales.

Capacité à travailler en équipe et à collaborer avec différents départements.

Sens de l'organisation et rigueur dans la gestion des projets.

Adaptabilité et réactivité face aux changements et aux défis.

En résumé, Le Planneur Stratégique est un professionnel clé pour toute entreprise cherchant à développer des stratégies marketing efficaces et innovantes. Ce métier demande des compétences analytiques pointues, une grande créativité et un sens aigu de la stratégie. Les évolutions constantes du marché et des technologies exigent du planneur stratégique une capacité d'adaptation et une curiosité intellectuelle permanentes pour rester à la pointe des nouvelles tendances et pratiques.

Chef de pub

1. PRÉSENTATION

La Directrice de Développement est une professionnelle stratégique dans le domaine de la gestion et de la croissance des entreprises ou des organisations. Son rôle principal est de définir et d'exécuter des stratégies de développement visant à accroître les activités, les revenus et l'impact de l'entreprise. La Directrice de Développement travaille généralement au sein du département commercial ou des affaires stratégiques, et collabore étroitement avec la direction générale pour atteindre les objectifs de croissance de l'entreprise.

2. MISSIONS

- Élaborer et mettre en œuvre des plans stratégiques de développement en alignement avec les objectifs globaux de l'entreprise.
- Identifier de nouvelles opportunités d'affaires, de partenariats ou de marchés pour étendre l'activité de l'entreprise.
- Négocier et conclure des accords commerciaux et des partenariats stratégiques.
- Superviser le développement de produits ou de services innovants répondant aux besoins du marché.
- Analyser les performances financières et opérationnelles pour identifier des leviers de croissance.
- Représenter l'entreprise lors d'événements professionnels ou de conférences
- Élaborer des budgets et des prévisions de revenus
- Gérer les relations avec les parties prenantes internes et externes, y compris les investisseurs et les partenaires commerciaux.



4. COMPÉTENCES

- Solides compétences en gestion de projet et en leadership.
- Maîtrise des techniques de négociation et de conclusion de contrats.
- Excellente compréhension des marchés et des tendances économiques.
- Connaissance approfondie du secteur d'activité de l'entreprise.

5. LES QUALITÉS

Capacité à prendre des décisions stratégiques et à résoudre des problèmes complexes.

Fortes compétences en communication et en relations interpersonnelles.

Sens de l'initiative et esprit entrepreneurial.

Capacité à travailler sous pression et à respecter les délais.



En résumé, La Directrice de Développement est une actrice clé dans la croissance et le succès d'une entreprise. Son rôle exige des compétences en leadership, en gestion stratégique et en négociation, ainsi que des qualités personnelles telles que la détermination, la résilience et la capacité à prendre des décisions éclairées. En restant à l'écoute des tendances du marché et en adoptant une approche proactive, la Directrice de Développement contribue à positionner favorablement l'entreprise pour atteindre ses objectifs de croissance et d'expansion.



02

**Com Médias et
journalisme**

Journalistes : radio, TV, presse

1. PRÉSENTATION

Le métier de journaliste dans les médias implique la collecte, l'analyse et la diffusion d'informations pertinentes au public. C'est un rôle crucial dans la société moderne, car les journalistes sont chargés de rapporter les événements et les développements, d'interpréter les faits et de fournir un contexte significatif aux auditeurs, téléspectateurs ou lecteurs.



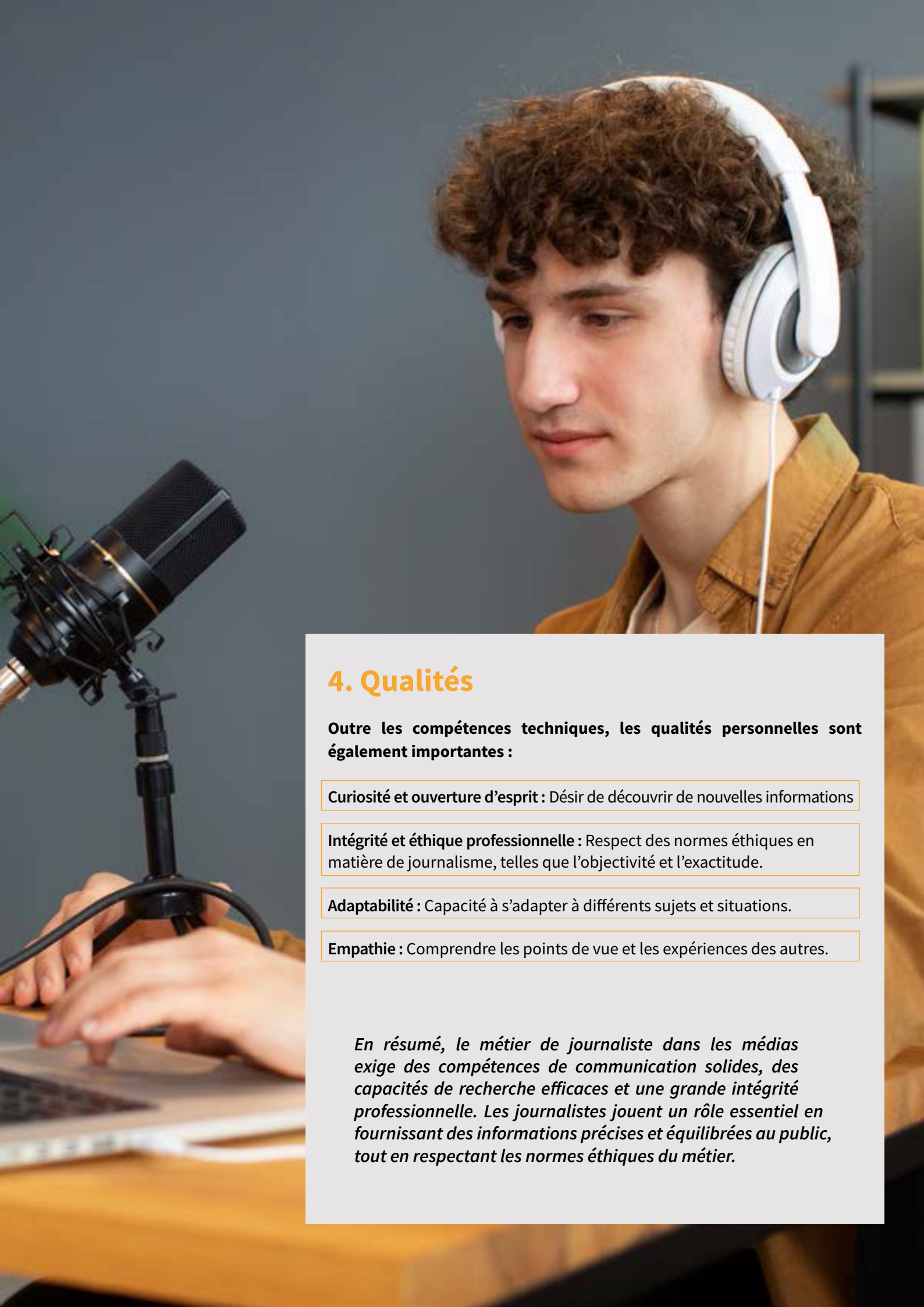
2. Missions

Les missions d'un journaliste dans différents médias sont variées :

- **Collecte d'informations** : Recherche et investigation pour trouver des nouvelles et des histoires pertinentes.
- **Rédaction et préparation des reportages** : Écriture d'articles, de scripts pour la radio ou la télévision, en respectant les règles de l'éthique journalistique.
- **Interviews et reportages sur le terrain** : Rencontrer des sources, mener des interviews et couvrir des événements en direct.
- **Édition et montage** : Assembler le matériel recueilli en un produit final diffusable.
- **Respect des délais** : Travailler sous pression pour respecter les échéances

3. Compétences Requises

- **Pour réussir en tant que journaliste, il est essentiel de posséder les compétences suivantes** :
- **Excellentes compétences en communication** : Capacité à rédiger de manière claire et concise, ainsi qu'à s'exprimer avec assurance à l'oral.
- **Capacités de recherche** : Savoir trouver des informations pertinentes et fiables.
- **Maîtrise des outils multimédias** : Connaissance des logiciels d'édition audiovisuelle et des plateformes en ligne.
- **Esprit critique et analytique** : Capacité à évaluer les données de manière objective.
- **Résistance au stress** : Aptitude à travailler efficacement sous pression



4. Qualités

Outre les compétences techniques, les qualités personnelles sont également importantes :

Curiosité et ouverture d'esprit : Désir de découvrir de nouvelles informations

Intégrité et éthique professionnelle : Respect des normes éthiques en matière de journalisme, telles que l'objectivité et l'exactitude.

Adaptabilité : Capacité à s'adapter à différents sujets et situations.

Empathie : Comprendre les points de vue et les expériences des autres.

En résumé, le métier de journaliste dans les médias exige des compétences de communication solides, des capacités de recherche efficaces et une grande intégrité professionnelle. Les journalistes jouent un rôle essentiel en fournissant des informations précises et équilibrées au public, tout en respectant les normes éthiques du métier.

Reporter d'images

1. PRÉSENTATION

Le reporter d'images, également appelé vidéaste-journaliste ou caméraman-journaliste, est chargé de capturer des images vidéo pour les médias, notamment la télévision et parfois le web. Ce professionnel est souvent sur le terrain pour filmer des événements, des reportages et des interviews, contribuant ainsi à la création de contenus visuels informatifs et percutants.



2. Missions

Les missions principales d'un reporter d'images sont les suivantes :

- **Tournage sur le terrain** : Se déplacer sur le terrain pour filmer des événements d'actualité
- **Choix des angles et cadrages** : Sélectionner les meilleures prises de vue
- **Montage vidéo** : Assembler et éditer les séquences vidéo pour créer des histoires engageantes.
- **Collaboration avec les journalistes** : Travailler en étroite collaboration avec les journalistes pour mettre en valeur leurs reportages par des images vidéo de qualité.
- **Respect des normes techniques** : S'assurer que le matériel vidéo est de haute qualité et respecte les exigences techniques du média.



3. Compétences Requises

- Pour exceller en tant que reporter d'images, les compétences suivantes sont nécessaires :
- **Maîtrise des équipements vidéo** : Connaissance approfondie du matériel
- **Compétences en montage vidéo** : Capacité à utiliser des logiciels de montage vidéo professionnels pour éditer et finaliser les productions.
- **Créativité visuelle** : Talent pour composer des images attrayantes et significatives.
- **Rapidité et réactivité** : Capacité à capturer des images de manière efficace dans des environnements dynamiques et changeants.
- **Sensibilité journalistique** : Comprendre l'importance de l'objectivité et de l'exactitude dans la narration visuelle.



4. Qualités

Outre les compétences techniques, certaines qualités personnelles sont essentielles pour réussir dans ce métier :

Esprit d'équipe : Capacité à travailler en collaboration avec d'autres membres de l'équipe.

Gestion du stress : Aptitude à rester calme et concentré lors de reportages sur le terrain.

Flexibilité : Capacité à s'adapter à des horaires irréguliers et à des situations imprévues.

Passion pour l'actualité : Intérêt marqué pour les événements actuels et la narration visuelle.

En résumé, le métier de reporter d'images est passionnant et exigeant, nécessitant à la fois des compétences techniques avancées en matière de vidéo et une sensibilité journalistique. Les reporters d'images jouent un rôle crucial dans la création de contenus visuels percutants pour les médias. Ce métier demande créativité, adaptabilité et engagement envers l'excellence visuelle pour raconter des histoires captivantes à travers l'objectif de la caméra.



Rédacteur en chef

1. PRÉSENTATION

Le métier de rédacteur en chef est une fonction clé au sein d'une rédaction ou d'un média. Le rédacteur en chef est responsable de la coordination éditoriale, de la gestion des équipes de rédaction, et de la supervision de la production de contenus journalistiques ou rédactionnels.

2. Missions

Les missions principales d'un rédacteur en chef incluent :

- **Définition de la ligne éditoriale :** Déterminer les orientations et les sujets à traiter en fonction de la stratégie du média.
- **Supervision des équipes :** Encadrer et animer les journalistes, rédacteurs et collaborateurs pour assurer la qualité des contenus produits.
- **Validation des contenus :** Valider et éditer les articles, reportages et contenus multimédias avant publication.
- **Gestion opérationnelle :** Organiser le planning de production, allouer les ressources et gérer les budgets.
- **Représentation du média :** Assurer la représentation du média lors d'événements et auprès des partenaires ou des institutions.



3. Compétences Requises

- Pour exceller en tant que rédacteur en chef, les compétences suivantes sont nécessaires :
- **Solide expérience journalistique :** Connaissance approfondie des exigences éditoriales.
- **Leadership et gestion d'équipe :** Capacité à motiver et à diriger une équipe.
- **Compétences stratégiques :** Aptitude à définir une vision éditoriale.
- **Gestion de projet :** Capacité à gérer plusieurs projets simultanément.
- **Maîtrise des outils numériques :** Connaissance des technologies de l'information et de la communication appliquées au journalisme.

4. Qualités

Outre les compétences techniques, certaines qualités personnelles sont essentielles pour réussir en tant que rédacteur en chef :

Créativité : Capacité à proposer des idées innovantes et percutantes.

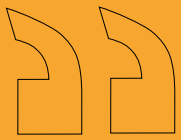
Esprit d'analyse : Aptitude à évaluer et à critiquer les contenus pour garantir leur qualité.

Rigueur et organisation : Capacité à travailler de manière structurée et méthodique.

Diplomatie : Savoir gérer les relations avec les équipes, les contributeurs et les partenaires externes.

Réactivité et adaptation : Être capable de s'adapter rapidement à l'évolution des tendances et des exigences du marché.

En résumé, le rédacteur en chef est un acteur central dans la vie d'un média, responsable de la qualité et de la cohérence éditoriale. Ce métier demande à la fois des compétences rédactionnelles pointues, un sens du leadership développé et une capacité à anticiper et à répondre aux évolutions du secteur médiatique. Le rédacteur en chef incarne la vision éditoriale du média et joue un rôle clé dans la création et la diffusion de contenus informatifs, pertinents et de qualité auprès du public.



Concepteur, rédacteur

1. PRÉSENTATION

Le concepteur-rédacteur est un professionnel de la communication spécialisé dans la création de contenus écrits à des fins publicitaires ou de communication marketing. Ce métier combine créativité, réflexion stratégique et maîtrise de l'écriture pour concevoir des messages percutants.



2. Missions

Les missions principales d'un concepteur-rédacteur comprennent :

- Conception de campagnes publicitaires : Imaginer et développer des concepts créatifs pour des campagnes publicitaires (print, digital, audiovisuel).
- Rédaction de contenus marketing : Créer des textes accrocheurs pour des supports variés (annonces, brochures, sites web, vidéos, etc.).
- Collaboration avec des créatifs : Travailler en étroite collaboration avec des graphistes, des directeurs artistiques et d'autres professionnels de la communication pour donner vie aux idées.
- Analyse des besoins clients : Comprendre les objectifs et les attentes des clients pour proposer des solutions de communication adaptées.
- Veille créative : Rester à l'affût des tendances et des bonnes pratiques en matière de communication et de publicité.
-

3. Compétences Requises

- Pour réussir en tant que concepteur-rédacteur, il est essentiel de posséder les compétences suivantes :
- **Créativité** : Capacité à trouver des idées originales et percutantes.
- **Excellente maîtrise de l'écriture** : Savoir rédiger de manière claire, concise et persuasive.
- **Connaissance du marketing et de la publicité** : Comprendre les principes fondamentaux du marketing pour créer des messages efficaces.
- **Maîtrise des outils informatiques** : Utilisation des logiciels de conception graphique et de mise en page.
- **Esprit d'équipe** : Aptitude à travailler en collaboration avec des équipes multidisciplinaires.



4. Qualités

Outre les compétences techniques, certaines qualités personnelles sont essentielles pour exceller dans ce métier :

Curiosité : Être constamment à la recherche d'inspiration et d'idées nouvelles.

Capacité d'adaptation : Être flexible et capable de s'adapter à des demandes variables.

Sensibilité aux tendances : Comprendre les évolutions culturelles et sociales

Rigueur et organisation : Respecter les échéances et les contraintes de production.

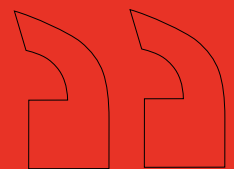
En résumé, le concepteur-rédacteur est un professionnel de la communication spécialisé dans la création de contenus écrits à des fins publicitaires ou marketing. Ce métier demande à la fois créativité, compétences rédactionnelles et compréhension des enjeux stratégiques de la communication. Le concepteur-rédacteur contribue à façonner l'image et la notoriété des marques à travers des messages percutants et des campagnes créatives.



Editorialiste

1. Présentation

L'éditorialiste est un journaliste spécialisé dans l'analyse et le commentaire des événements politiques, sociaux, économiques ou culturels. Son rôle principal est d'écrire des éditoriaux ou des chroniques dans les médias pour exprimer ses opinions, interpréter les faits et susciter le débat public.



2. Missions

Les missions principales d'un éditorialiste incluent :

- **Analyse des actualités** : Suivre l'actualité et identifier les sujets pertinents à commenter.
- **Rédaction d'éditoriaux** : Écrire des articles d'opinion argumentés et bien documentés
- **Interprétation des événements** : Apporter un éclairage personnel et analytique sur les événements en cours.
- **Défense de positions** : Défendre des positions éditoriales cohérentes et étayées.
- **Engagement dans le débat public** : Participer à des débats, des tables rondes ou des interventions médiatiques pour discuter et défendre ses analyses.

3. Compétences Requises

Pour exceller en tant qu'éditorialiste, il est nécessaire de posséder les compétences suivantes :

- **Solide culture générale** : Connaissance approfondie des sujets d'actualité et des enjeux sociétaux.
- **Capacités rédactionnelles** : Excellente maîtrise de l'écriture journalistique et de l'argumentation.
- **Esprit d'analyse** : Capacité à interpréter les faits et à formuler des opinions éclairées.
- **Neutralité et objectivité** : Savoir distinguer entre faits et opinions, tout en restant impartial dans ses analyses.
- **Réactivité** : Être capable de réagir rapidement aux événements



4. Qualités

Outre les compétences techniques, certaines qualités personnelles sont essentielles pour réussir dans ce métier :

Indépendance d'esprit : Être capable de prendre du recul par rapport aux événements

Perspicacité : Avoir un regard critique et perspicace sur les événements

Capacité à convaincre : Être capable de défendre ses idées de manière persuasive

Ouverture d'esprit : Être prêt à écouter et à considérer différentes perspectives.

En résumé, l'éditorialiste est un professionnel de l'information et de la communication qui joue un rôle important dans le paysage médiatique en exprimant des opinions éclairées sur les événements et les enjeux de société. Ce métier requiert une solide expertise journalistique, des compétences rédactionnelles avancées et une capacité à décrypter et à analyser les événements pour en tirer des conclusions pertinentes. Les éditorialistes contribuent ainsi à enrichir le débat public et à informer les citoyens sur des questions d'actualité cruciales.



03

**Filière Chef·fe
de Projet
Événementiel /
Event Manager**

Chef-fe de Projet Événementiel / Event Manager

1. PRÉSENTATION

Le-la Chef-fe de Projet Événementiel conçoit, organise et coordonne des événements pour des entreprises, des institutions ou des organisations. Il-elle intervient à chaque étape : définition du concept, préparation logistique, suivi du budget et supervision le jour J. Véritable coordinateur·trice, il-elle garantit la cohérence et la réussite du projet.

2. MISSIONS

- Analyser les besoins du client et définir les objectifs de l'événement.
- Élaborer un concept et un cahier des charges détaillé.
- Sélectionner les lieux et les prestataires (technique, traiteur, décoration...).
- Élaborer et suivre le budget.
- Coordonner l'ensemble des intervenants.
- Superviser la logistique et l'installation.
- Gérer l'événement sur le terrain et assurer le bon déroulement.
- Réaliser le bilan et mesurer les retombées.

A woman with curly hair, wearing a red blazer, is smiling and holding a clipboard. A red rectangular box is overlaid on the right side of the image, containing text in French. The background is a blurred office setting with blue and white elements.

3. COMPÉTENCES

- Organisation, rigueur et créativité.
- Maîtrise de la gestion de projet.
- Capacité à travailler sous pression.
- Excellentes qualités relationnelles.
- Connaissance du secteur événementiel.
- Maîtrise des outils de bureautique.

4. DÉBOUCHÉS

Agences événementielles, entreprises, agences de communication, institutions, associations, sociétés de production.

5. ÉVOLUTIONS

Chef-fe de projet senior, Responsable événementiel, Directeur-trice de production, Directeur-trice d'agence.



Chargé·e de Communication & Événementiel

1. PRÉSENTATION

Le·la Chargé·e de Communication & Événementiel conçoit et met en œuvre des actions de communication tout en organisant des événements internes ou externes. Il·elle contribue au rayonnement de l'organisation et à la valorisation de son image.

2. MISSIONS

- Préparer les actions de communication liées aux événements.
- Rédiger les supports (communiqués, newsletters, invitations...).
- Gérer les réseaux sociaux et les contenus digitaux.
- Participer à la conception et à l'organisation des événements.
- Assurer le suivi logistique et opérationnel.
- Mobiliser les équipes internes et les prestataires.
- Participer à l'évaluation des actions menées.



3. COMPÉTENCES

- Excellentes capacités rédactionnelles.
- Organisation, polyvalence et autonomie.
- Maîtrise des outils de communication et des réseaux sociaux.
- Sens du relationnel et travail en équipe.
- Créativité.

4. DÉBOUCHÉS

Entreprises, agences de communication, institutions, collectivités, associations.

5. ÉVOLUTIONS

Chargée de projet événementiel, Responsable communication, Community manager senior.



Régisseur / Régisseuse Événementielle (Technique & Logistique)

1. PRÉSENTATION

Le·la Régisseur·se Événementiel·le assure l'organisation logistique, technique et matérielle d'un événement. Il·elle supervise l'installation, coordonne les équipes techniques et veille au respect des normes de sécurité et au bon fonctionnement des dispositifs.

2. MISSIONS

- Concevoir le plan logistique d'un événement.
- Coordonner les prestataires techniques (son, lumière, audiovisuel...).
- Participer aux repérages et définir les besoins matériels.
- Superviser le montage et le démontage.
- Assurer la sécurité des équipes et du public.
- Résoudre les imprévus sur place.
- Respecter le planning et le budget technique.



3. Compétences

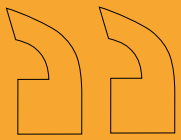
Le·la Régisseur·se Événementiel·le assure l'organisation logistique, technique et matérielle d'un événement. Il·elle supervise l'installation, coordonne les équipes techniques et veille au respect des normes de sécurité et au bon fonctionnement des dispositifs.

4. Débouchés

Agences événementielles, sociétés de production, prestataires techniques, salons, festivals, concerts.

5. Évolutions

Régisseur général, Directeur technique, Responsable production.



Event Planner / Organisateur·trice d'Événements



1. PRÉSENTATION

L'Event Planner organise des événements privés ou professionnels : mariages, soirées, séminaires,ancements de produits, conférences, etc. Il·elle accompagne le client du concept initial à la réalisation et propose des solutions sur mesure.

2. Missions

- Concevoir des événements personnalisés.
- Comprendre les attentes du client et proposer un concept adapté.
- Sélectionner les lieux et les prestataires.
- Gérer le calendrier et la logistique.
- Suivre les préparatifs et coordonner les intervenants.
- Encadrer le déroulement le jour J.
- Gérer les imprévus et assurer la satisfaction du client

3. Compétences

- Sens du service et relation client.
- Organisation et sens du détail.
- Créativité.
- Gestion du stress et polyvalence.
- Négociation et maîtrise budgétaire.

4. Débouchés

Agences spécialisées, hôtellerie, freelancing, lieux événementiels.

5. Évolutions

Event planner senior, Directeur·trice d'agence, Consultant·e événementiel.



Responsable Événementiel (Entreprise / Institution)



1. PRÉSENTATION

Le·la Responsable Événementiel pilote la stratégie événementielle d'une organisation. Il·elle supervise la conception, la préparation et le déploiement des événements, en cohérence avec les objectifs et l'image de l'entreprise ou de l'institution.

2. Missions

- Définir et mettre en œuvre la stratégie événementielle.
- Encadrer la conception des événements internes et externes.
- Manager les équipes internes et les prestataires.
- Superviser les budgets liés aux événements.
- Valider les actions de communication associées.
- Développer les partenariats.
- Évaluer les performances et retombées.

3. Compétences

- Leadership et management.
- Vision stratégique.
- Communication et relationnel.
- Gestion de projet.
- Gestion budgétaire.

4. Débouchés

Entreprises, institutions publiques, ONG, organisations privées.

5. Évolutions

Directeur·trice communication, Directeur·trice marketing, Directeur·trice événementiel.



Responsable Logistique & Production Événementielle

1. PRÉSENTATION

Le/la Responsable Logistique & Production supervise la préparation matérielle, technique et organisationnelle des événements. Il/elle garantit la faisabilité opérationnelle, optimise les ressources et veille au bon déroulement des installations et des actions sur le terrain.

2. Missions

- Élaborer un plan logistique complet.
- Gérer les flux, transports, stocks et besoins matériels.
- Encadrer les équipes techniques et de montage.
- Suivre les plannings et les budgets logistiques.
- Superviser les prestataires de production.
- Garantir le respect des normes de sécurité.
- Coordonner le déroulement opérationnel le jour J.

3. Compétences

- Organisation et rigueur.

- Coordination d'équipes.
- Connaissance des normes de sécurité.
- Maîtrise des outils de planification.
- Gestion des coûts et négociation.

4. Débouchés

- Agences événementielles, prestataires logistiques, entreprises, sociétés de production.

5. Évolutions

- Responsable production senior, Directeur technique, Directeur logistique événementielle.