



human experience



Bachelor : Communication / Media Content Manager

# Edito

Le système d'apprentissage actuel dans le supérieur, quel qu'il soit (université, école de commerce...), peine à se transformer car il reste figé sur un enseignement par discipline, délivrant une expertise verticale. Et si cette dernière demeure encore prisée des Directions des Ressources Humaines, elle ne permettra pas de faire face aux évolutions rapides d'un marché du travail plus flexible, car incertain.

**Human Experience a été créée pour vous qui cherchez une formation professionnalisante clé en main.**

Human Experience, démystifie l'évolution numérique, fait prendre conscience de notre époque, pour vous donner la possibilité de vous former à un métier d'avenir. Ce qui change fondamentalement le rapport au savoir, à la pédagogie.

C'est toute l'ambition de notre école d'un nouveau genre. Donner les clés à chacun pour développer son potentiel relationnel et des méthodes de travail qui permettent de comprendre la révolution numérique et ne pas la subir.

**Nous ne voyons pas un avenir sombre et sinistre mais un avenir où la technologie améliore nos vies, où l'humain en est l'acteur.**

**Corinne Pessus**

Fondatrice de Human Experience



« Nous sommes très heureux de lancer la 2ème promotion de notre formation « Media Content Manager » proposée par Reworld Media Campus en partenariat avec Human Experience.

**Innovation, expertise & inclusion sont nos 3 moteurs depuis la création de notre projet.**

Cette initiative, portée par l'ensemble du groupe, permet à 20 étudiants de suivre une formation gratuite, diplômante avec l'obtention d'un Bachelor et d'entrer dans la vie professionnelle en alternance dans nos équipes digitales reconnues pour leur savoir-faire.

En vous assurant une formation en prise directe avec les enjeux éditoriaux d'aujourd'hui et en vous donnant les clés pour vous approprier les médias de demain, notre action est un véritable tremplin professionnel.

Nous avons bâti notre parcours pédagogique autour de 4 axes :

- La maîtrise de l'écosystème digital
- La conception et la production de contenus pour le digital
- La construction et le déploiement d'une stratégie éditoriale digitale pour une marque
- Le développement de votre savoir-être dans le milieu professionnel

Avec 2 convictions fortes :

- Capitaliser sur des coachs & formateurs issus du monde de l'entreprise
- Privilégier l'apprentissage par la pratique

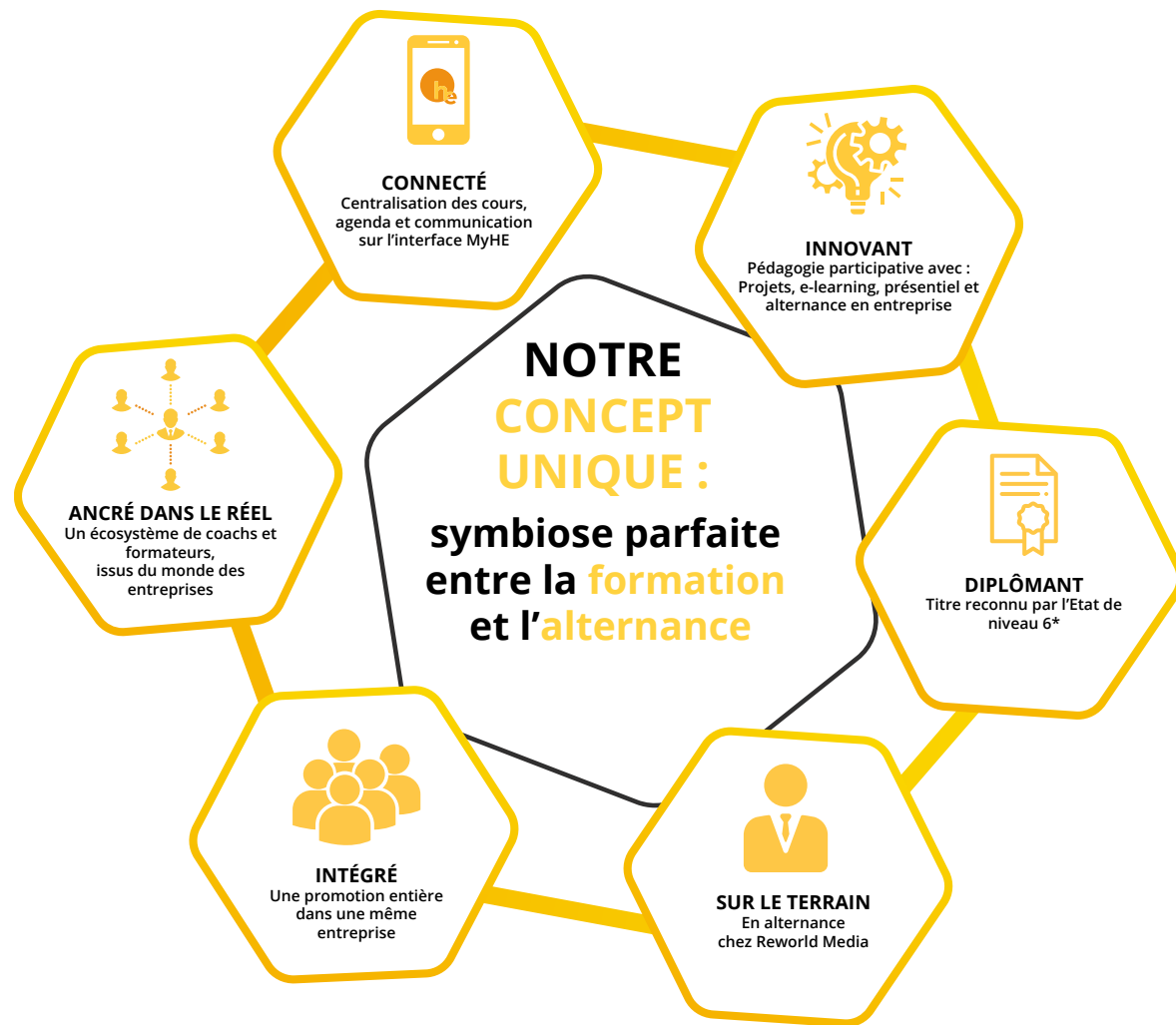
**Reworld Media Campus & Human Expérience ont pour objectif de favoriser votre employabilité et de vous connecter aux enjeux du monde professionnel actuel, alors rejoignez-nous ! »**

**Cécile Béziat**

DGA de Reworld Media



# Bachelor : Communication Media Content Manager



## Notre formation en 5 points clés

- 1** Une formation diplômante, reconnue par l'État avec l'obtention d'un **Bachelor**, titre de niveau 6 enregistré au RNCP\*
- 2** Un programme pédagogique complet et exhaustif de 500h qui vous permettra de **maitriser toute la chaîne de valeur** : de la conception à la mesure du succès des contenus en passant par la production vidéo, audio, texte, réseaux sociaux, ...
- 3** Des coachs et **formateurs issus du monde des entreprises**, experts et référents qui seront à votre disposition
- 4** Une immersion au cœur des équipes éditoriales digitales du **groupe français leader des médias thématiques**, éditeur de plus de 40 marques médias : Biba, Grazia, Science & Vie, Top Santé, Le Journal de la Maison, Auto Plus, Closer, Télé Star, Sports.fr, Football.fr,....
- 5** Une formation gratuite et une alternance rémunérée !

\* Responsable projet communication, Niveau6, code NSF 320m, Code RNCP 18088, arrêté du 11/12/2018 publié au JO du 18/12/2018. En partenariat avec et délivré par ISCPA, association ICD ( Groupe IGS) organisme gestionnaire d'ISCPA, certification professionnelle.

# Contenu de la formation

Les modules de cours

**4 axes majeurs qui vous permettront à la fin de la formation de vous réaliser professionnellement en tant que Media Content Manager**

Ce programme n'est pas contractuel et peut être amené à évoluer en fonction des évolutions du métier.

## 1. Maîtriser l'écosystème média digital



- Culture & Média
- Acquisition d'audience
- Monétisation

## 2. Concevoir & produire des contenus optimisés pour le digital



- SEO
- Rédaction & écriture, écriture journalistique
- Formats & contenus
- Outils & contenu
- Datas & contenus

## 3. Construire et déployer une stratégie de communication pour une marque



- Insight & créativité
- Marques & contenus
- Brand Content
- Gestion de projet

## 4. Développer son savoir-être dans le milieu professionnel



- Soft skills
- Conception & persuasion
- Mindset intra/entrepreneuriat

Le contenu de cette formation vous permettra d'obtenir **une double certification** : un certificat attestant une formation de **Media Content Manager** délivrée par Human Experience, un diplôme de **Responsable projet communication**, Niveau 6\* en partenariat avec et délivré par L'ISCPA.

\*code NSF 320m, Code RNCP 18088, arrêté du 11/12/2018 publié au JO du 18/12/2018., ISCPA : association ICD (Groupe IGS) organisme gestionnaire d'ISCPA, certification professionnelle.



| Bloc de compétences                                                                            | Compétences                                                             | Modalités d'évaluation                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Elaborer une stratégie de communication                                                        | Participer à l'élaboration de la stratégie de communication             | <b>1 dossier de 30 pages + soutenance</b> : formaliser une problématique d'entreprise ou sectorielle et en déduire des recommandations à partir d'un benchmark et d'un diagnostic sous forme de dossier professionnel détaillant les actions de marketing, communication et communication digitale |
|                                                                                                | Elaborer et faire valider un plan de communication                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Concevoir les contenus du plan de communication dans toutes ses dimensions media et hors media | Créer des contenus rédactionnels                                        | Un <b>powerpoint</b> animé de 10 slides de contenus web, visuels, animés, Création d'identité graphique-video sur supports on line, off-line, hors média                                                                                                                                           |
|                                                                                                | Créer des contenus visuels/graphiques                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                                                                                                | Créer des contenus vidéos                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Réaliser et deployer le plan de communication                                                  | Réaliser et déployer le plan de communication sur du media on-line      | <b>Cas pratique</b> : création, administration & promotion d'un support digital sur les réseaux sociaux, Elaboration d'un plan media avec achat d'espaces, évaluation budgétaire d'une recommandation                                                                                              |
|                                                                                                | Réaliser et déployer le plan de communication sur du media off-line     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                                                                                                | Réaliser et déployer le plan de communication en hors-media             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Gérer le projet de communication                                                               | Manager une équipe                                                      | <b>Cas pratique</b> : constituer une équipe pluridisciplinaire, organisation d'un événement, analyser l'impact, la performance et le ROI d'une communication digitale                                                                                                                              |
|                                                                                                | Planifier l'activité                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                                                                                                | Elaborer un budget en fonction du projet de communication               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                                                                                                | Mesurer et présenter les résultats d'une opération de communication     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Communiquer pour convaincre                                                                    | Réaliser des supports de présentation en français ou en anglais         | <b>Cas pratique</b> : présentation à l'écrit et à l'oral en français et en anglais d'une recommandation de communication complexe                                                                                                                                                                  |
|                                                                                                | Fédérer et animer une communauté                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                                                                                                | Constituer, animer et utiliser un réseau professionnel & d'influenceurs |                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

# Calendrier de la formation

Année type

 Jours HE  
 Jours en entreprise

| Septembre |   |   |   |   |
|-----------|---|---|---|---|
| L         | M | M | J | V |
| L         | M | M | J | V |
| L         | M | M | J | V |
| L         | M | M | J | V |

| Octobre |   |   |   |   |
|---------|---|---|---|---|
| L       | M | M | J | V |
| L       | M | M | J | V |
| L       | M | M | J | V |
| L       | M | M | J | V |

| Novembre |   |   |   |   |
|----------|---|---|---|---|
| L        | M | M | J | V |
| L        | M | M | J | V |
| L        | M | M | J | V |
| L        | M | M | J | V |

| Décembre |   |   |   |   |
|----------|---|---|---|---|
| L        | M | M | J | V |
| L        | M | M | J | V |
| L        | M | M | J | V |
| L        | M | M | J | V |

| Janvier |   |   |   |   |
|---------|---|---|---|---|
| L       | M | M | J | V |
| L       | M | M | J | V |
| L       | M | M | J | V |
| L       | M | M | J | V |

| Février |   |   |   |   |
|---------|---|---|---|---|
| L       | M | M | J | V |
| L       | M | M | J | V |
| L       | M | M | J | V |
| L       | M | M | J | V |

| Mars |   |   |   |   |
|------|---|---|---|---|
| L    | M | M | J | V |
| L    | M | M | J | V |
| L    | M | M | J | V |
| L    | M | M | J | V |

| Avril |   |   |   |   |
|-------|---|---|---|---|
| L     | M | M | J | V |
| L     | M | M | J | V |
| L     | M | M | J | V |
| L     | M | M | J | V |

| Mai |   |   |   |   |
|-----|---|---|---|---|
| L   | M | M | J | V |
| L   | M | M | J | V |
| L   | M | M | J | V |
| L   | M | M | J | V |

| Juin |   |   |   |   |
|------|---|---|---|---|
| L    | M | M | J | V |
| L    | M | M | J | V |
| L    | M | M | J | V |
| L    | M | M | J | V |

| Juillet |   |   |   |   |
|---------|---|---|---|---|
| L       | M | M | J | V |
| L       | M | M | J | V |
| L       | M | M | J | V |
| L       | M | M | J | V |

| Août |   |   |   |   |
|------|---|---|---|---|
| L    | M | M | J | V |
| L    | M | M | J | V |
| L    | M | M | J | V |
| L    | M | M | J | V |

# Déroulé de la formation

1

Vous serez intégré au sein même des équipes de rédaction des médias et vous pourrez ainsi vivre, vibrer au tempo d'une rédaction éditoriale.



2

Vous démarrerez votre alternance par **9 semaines de bootcamp en formation continue**.  
Le reste de la formation se déroulera en **semaine pleine** durant l'année.

3

Un **rythme en alternance** qui vous permettra rapidement d'acquérir toutes les clés pour être en confiance et très **rapidement opérationnel en entreprise**.

4

Votre formation se déroulera principalement sur **votre lieu de travail**.

# Nos coachs

## Nos formateurs

Liste non exhaustive



**Cécile Béziat**  
DGA Développement  
REWORLD MEDIA



**Jérémy Parola**  
CDO  
REWORLD MEDIA



**Catherine Nowak**  
Responsable Audience Digitale  
Pôle Maison



**Céline Chahi**  
Directrice éditoriale  
Pôle Maison



**Marie Autier**  
Stratégie de communication



**Magali Bertin**  
Experte influence & réseaux sociaux  
Rédactrice en chef - Grazia.fr



**Pierre Nouailhac**  
Expert outils digitaux & seo  
Responsable digital Audiences



**Grégoire Gaffié**  
Expert modèles économiques  
Responsable monétisation digitale



**Ludivine Le Goff**  
Responsable Audience Digitale  
Pôle Féminin



**Caroline Briaucourt**  
Soft Skills



**Alexis Even**  
co-directeur  
atelierb



**Richard Guigou**  
Expert kpi's & monetisation  
Business analyst & responsable arbitrage



**David Alexandre**  
Responsable Audience Digitale  
Pôle Santé/Sénior



**Florence Hermelin**  
Insight & créativité



**Gregoire Garrel**  
Brand Content



**Reina Fontenoy**  
Experte brand content  
Directrice des opérations spéciales



**Ricardo Trindade**  
Responsable Audience Digitale  
Pôle Auto



**Hortense Baillet**  
Responsable Projets Web



**Claire Sassonia**  
Rédaction & écriture



**Mathieu Gheerbrant**  
SEO



# Nous rejoindre le 27 septembre 2021

Une formation très **qualitative**, sur-mesure pour 20 candidats avec un processus de **sélection individualisé et personnalisé**.  
(La phase de recrutement est ouverte jusqu'à 2 semaines avant la rentrée, sous réserve de places disponibles)

## Les pré-requis :

- 30

Avoir moins de 30 ans révolus



Une formation **BAC+2** ou **BAC+3**



Une **maîtrise du français**, une très bonne **qualité rédactionnelle**, une **appétence pour l'écriture et le digital**



Un attrait pour **Internet** et ses nouveaux usages



Être équipé d'un **ordinateur portable**

## Les étapes de l'admission :



# Le Groupe Reworld Media



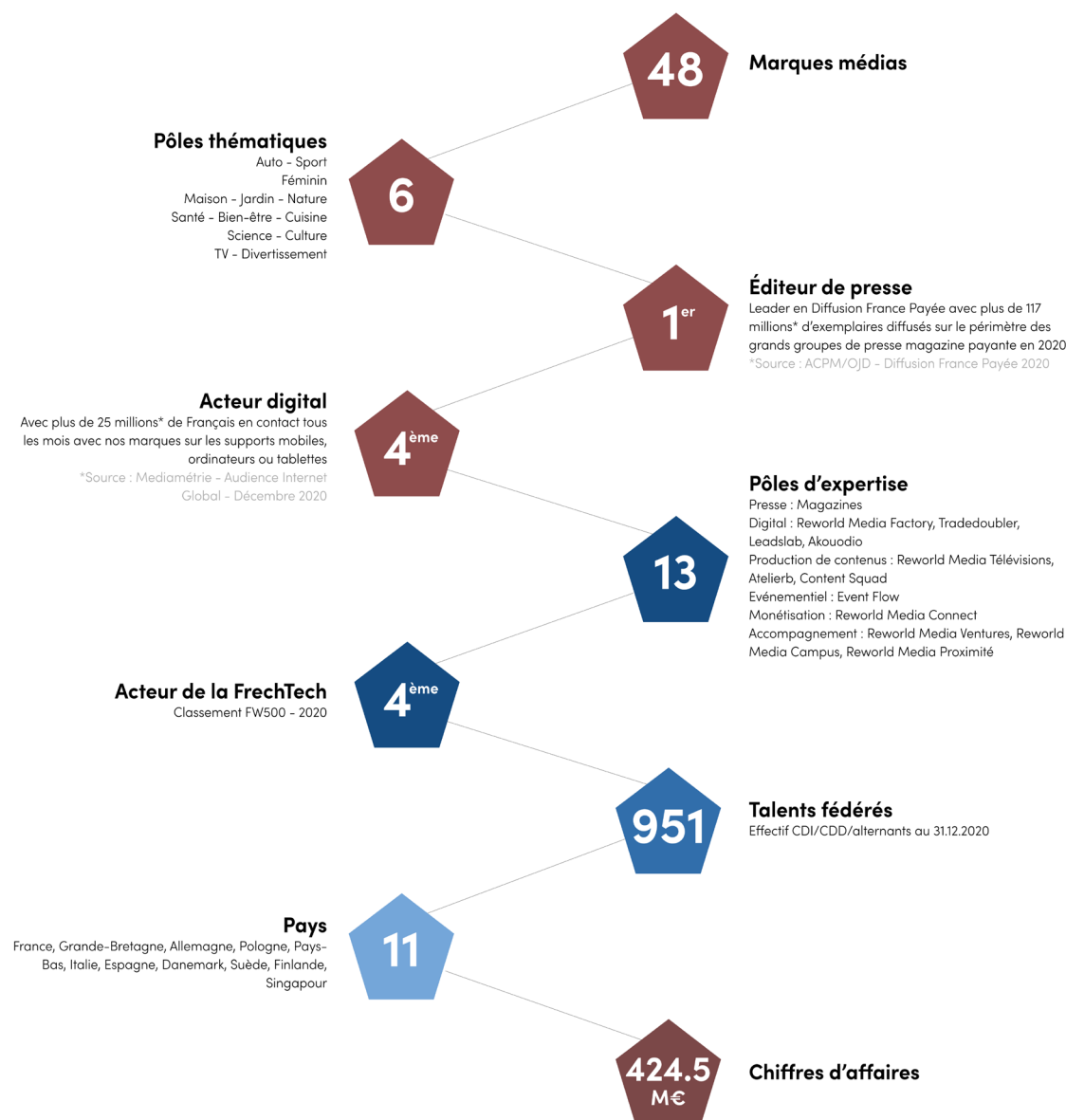
Reworld Media est le leader français des médias **thématiques** : 1<sup>er</sup> éditeur de presse magazine en France, 4<sup>ème</sup> groupe média thématique dans le Digital et classé à la 4<sup>ème</sup> place du FW500 (classement des entreprises de la Tech française).

Fondé en 2012, le groupe est un **acteur international** présent dans **11 pays**. Reworld Media a été précurseur dans la transition digitale d'actifs media, développe aujourd'hui un portefeuille de plus de **40 marques média** et capitalise sur **13 pôles d'expertises** internalisés (tradedoubler, leader européen du marketing digital à la performance, atelierb pour la production audiovisuelle, EventFlow structure dédiée à la conception et organisation d'événements,...).

Le groupe représente un chiffre d'affaires annuel pro forma de 425 M€ et compte 951 collaborateurs.



# Les Chiffres clés



# Les 10 convictions de Human Experience

- 1 La logique des formations presentielles du « **tout est dans le cours** » n'existe plus
- 2 Rien n'est **jamais définitif**
- 3 Nous ne **laissions personne** de côté
- 4 Se donner les moyens de **réussir**
- 5 Un contrôle **en continu**
- 6 Savoir **qui on est** et ce que **l'on veut**
- 7 Favoriser la **singularité**
- 8 Guider vers la **réussite**
- 9 Une démarche **professionnalisante**
- 10 Si vous adhérez à nos convictions, **ce cursus est fait pour vous**

## La pédagogie de Human Experience

Un parcours de formation **blended** combinant différentes modalités pédagogiques : **cours en présentiel, digital learning & mode projet.**

Un **suivi personnalisé** grâce à un tuteur d'entreprise et à un tuteur au sein de l'école.

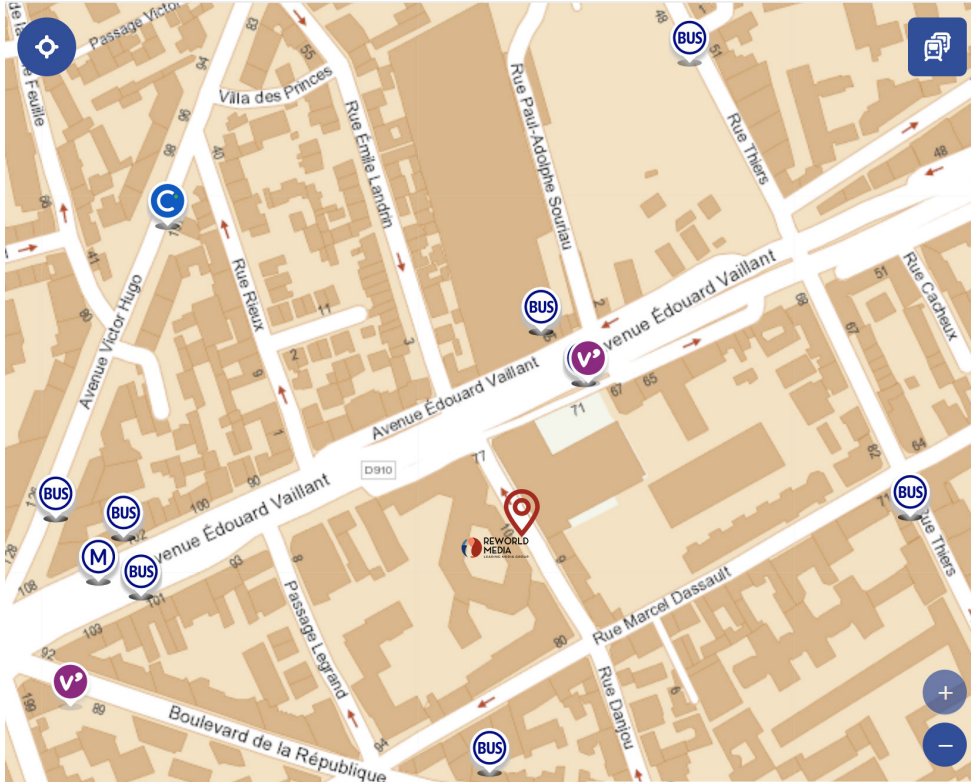
Un **développement des savoir-être** pertinents et contextualisés

Une **évaluation** des enseignements **basée sur les compétences.**

Des **intervenants professionnels**, des **experts** du sujet, des **coachs.**



# Le Groupe Reworld Media



Reworld Media  
8 rue Barthélémy Danjou  
92100 Boulogne Billancourt

## Contacts

Pour plus d'informations, retrouvez nous sur :  
[www.humanexperience.fr](http://www.humanexperience.fr)

Pour toute demande de renseignements, vous pouvez nous contacter par mail :



[contact@humanexperience.fr](mailto:contact@humanexperience.fr)