

Programme détaillé – cours interentreprises

Cours interentreprises 1: Introduction au marketing et à la communication 1ère année d'apprentissage, durée 3 jours, septembre - décembre	
Situations professionnelles	Thèmes
Introduction au domaine d'activité marketing + communication Introduction au domaine d'activité marketing + communication	<ul style="list-style-type: none"> - Exercices pratiques et grilles de compétences - Évaluation des compétences et notes - Techniques de présentation - Critères d'évaluation - Distribution des thèmes et répartition des groupes pour Vérification des compétences (VC1)
Acquérir des clients (annonceurs publicitaires)	<ul style="list-style-type: none"> - Introduction : la communication en tant que domaine d'activité - Qu'est-ce que la communication, qu'est-ce que le marketing, que sont les actions de communication ? - Marketing-mix basé sur le service ou le produit de l'entreprise d'apprentissage - Communication verbale et non verbale - Le modèle des quatre oreilles de Friedmann Schulz von Thun - Introduction aux instruments de communication
Acquérir des clients (annonceurs publicitaires) Contribuer à une campagne publicitaire	<ul style="list-style-type: none"> - Stratégies de marketing / actions de communication / objectifs / impact - Introduction au positionnement - Introduction aux groupes cibles

Programme détaillé – cours interentreprises

<p>Utiliser des outils de communication</p>	<p>Connaître et utiliser les outils de communication</p> <ul style="list-style-type: none">- Publicité- Relations publiques- Marketing direct- Sponsoring- Marketing événementiel- Marketing des foires et salons- Promotion des ventes- Communication personnalisée- Communication d'entreprise- Médias sociaux- Marketing digital
---	---



Programme détaillé – cours interentreprises

Cours interentreprises 2 : Médias, supports publicitaires, moyens publicitaires 1ère année d'apprentissage, durée 3 jours, mai – juin	
Situations professionnelles	Thèmes
Supports publicitaires classiques : Obtenir des mandats	<ul style="list-style-type: none"> - Organigramme et procédures de travail de l'entreprise d'apprentissage - Description du produit, description du service - Position sur le marché, objectifs marketing - Positionnement du produit/service - Détermination du groupe cible - Multilinguisme
<p>Supports publicitaires classiques : Obtenir des mandats</p> <p>Supports publicitaires classiques : Négocier des espaces publicitaires, les vendre et les traiter</p>	<p>Connaître et utiliser les instruments de communication:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Actions de communication - Promotion des ventes - Supports et publicités
Supports publicitaires classiques : Négocier des espaces publicitaires, les vendre et les traiter	<p>Connaître et utiliser les instruments de communication:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Relations publiques - Marketing des foires et salons - Communication personnalisée - Communication avec les collaborateurs

Programme détaillé – cours interentreprises

Utiliser des outils de communication

Supports publicitaires classiques : Obtenir des mandats

Supports publicitaires classiques : Négocier des espaces publicitaires, les vendre et les traiter

- Introduction aux actions de communication
- Objectifs de communication, impact
- Introduction à la mesure des retombées

Présentations vérification des compétences (VC1) : Outils de communication

Programme détaillé – cours interentreprises

Cours interentreprises 3: Planification média, marketing digital, étude de marché 2e année d'apprentissage, durée 3 jours, septembre - décembre	
Situations professionnelles	Thèmes
<p>Introduction au marketing digital :</p> <p>Placer des supports et des espaces publicitaires</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Révision : objectifs, identité, image - Distinction performance vs. branding - Impact publicitaire, approfondissement du concept des 7 C's du marketing digital - le customer journey - Introduction au marketing digital - Utilisation d'Internet (chiffres et termes techniques)
<p>Marketing digital :</p> <p>Placer des supports et des espaces publicitaires</p> <p>Vendre et traiter des espaces publicitaires sur ses propres supports publicitaires</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Différentes formes de publicité (Deep-dive : Performance vs. branding, customer journey) - Comparer les supports publicitaires digitaux : Mobile, desktop, DOOH - Comparer les différents médias digitaux : SEA, communication sur les médias sociaux - Approfondissement : SEA, social paid
<p>Introduction au marketing digital :</p> <p>Placer des supports et des espaces publicitaires</p> <p>Vendre et traiter des espaces publicitaires sur ses propres supports publicitaires</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Connaître les modèles de facturation - Comparer les différents médias digitaux : Display / Programmatic, native - Approfondissement : Display / programmatic, native - Approfondissement : les bases de l'adserving

Programme détaillé – cours interentreprises

<p>Introduction au marketing digital :</p> <p>Placer des supports et des espaces publicitaires</p> <p>Vendre et traiter des espaces publicitaires sur ses propres supports publicitaires</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Objectifs du marketing digital et mesure d'impact (y compris études de marché, panels) - Comparaison des chiffres clés (FV, SoV, visibilité, etc.) et comparaison des coûts - Révision : Objectifs de communication, approfondissement du concept des 7 C's du marketing digital
<p>Marketing digital :</p> <p>Placer des supports et des espaces publicitaires</p> <p>Mettre en œuvre le plan média</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Gestion de campagne cross-channel (compréhension) - Comprendre la planification média - Possibilités de ciblage (custom, affinités, géographique, etc.) - Révision des objectifs et de la mesure d'impact du marketing digital -
<p>Mettre en œuvre le plan média</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Aperçu du marché de la publicité digitale en Suisse et à l'international - Mesure de l'impact publicitaire et cookieless - Perspectives d'avenir: Aspects juridiques et actions de communication



Programme détaillé – cours interentreprises

Cours interentreprises 4 : Mettre en œuvre des actions de communication 2e année d'apprentissage, durée 2 jours, mars	
Situations professionnelles	Thèmes
Utiliser des outils de communication	<ul style="list-style-type: none"> - Révision : impact des actions de communication, approfondissement du concept des 7 C's du marketing digital - Approfondissement : instruments de communication classiques et digitaux - Approfondissement : mise en œuvre d'une campagne de communication
Contribuer à une campagne publicitaire	<ul style="list-style-type: none"> - Approfondissement : Mise en œuvre d'une campagne de communication - Etude de marché
<p>Conseiller des clients dans le choix et l'utilisation d'objets publicitaires</p> <p>Contribuer à la fabrication de produits imprimés</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Police de caractères, style, taille, lisibilité, domaines d'application - Introduction à la prépresse et à l'impression - Formats de données, transmission des données - Formats DIN, affiches - Déroulement de la production d'un produit imprimé - Utilisation du papier, cartonnage, traitement, finition -
<p>Contribuer à une campagne publicitaire</p> <p>Utiliser des outils de communication</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Usage d'une campagne de communication - exemple pratique - Introduction KN2 Vidéo / Création de contenu

Programme détaillé – cours interentreprises

Cours interentreprises 5 : Mettre en œuvre des actions de marketing dans le domaine d'activité Marketing + Communication 3e année d'apprentissage, durée 5 jours, septembre - mars	
Situations professionnelles	Thèmes
Utiliser des outils de communication Contribuer à une campagne publicitaire	<ul style="list-style-type: none"> - Approfondissement des notions de marketing digital: Médias sociaux, SEO, SEA - Marché publicitaire: - Placements, remises, calcul des prix (V&V, WE, MV)
Utiliser des outils de communication Contribuer à une campagne publicitaire	<ul style="list-style-type: none"> - Approfondissement du marketing digital - Thèmes: marketing de contenu, newsletter - Vidéo KN2: Création de contenu avec ChatGPT & l'AI
Utiliser des outils de communication Contribuer à une campagne publicitaire	<ul style="list-style-type: none"> - Approfondissement du marketing digital Thèmes: Metaverse, AI, publicité programmatique
Contribuer à une campagne publicitaire Travailler dans une entreprise de médias	<ul style="list-style-type: none"> - Stratégie et concept de campagne - Création et briefing Approfondissement: Étude de marché
Acquérir de nouveaux clients	<ul style="list-style-type: none"> - Partenariats médias, acquisition, fidélisation des clients - Marché des lecteurs, acquisition et fidélisation des clients - Abonnement + vente au numéro (kiosque) - Lancement d'un nouveau produit (travail de groupe)

Programme détaillé – cours interentreprises

<p>Acquérir de nouveaux clients Travailler dans une entreprise de médias</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Approvisionnement des matériaux, pays de fabrication, transport, importation, exportation - Matériel, fabrication, calcul du prix - Impression, façonnage - Caractéristiques des supports publicitaires
<p>Utiliser des outils de communication Travailler dans une entreprise de médias</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le travail des journalistes - Formes de publications journalistiques - Attitude journalistique de base et orientation rédactionnelle - Obligations des journalistes - Sources d'information et agences
<p>Utiliser des outils de communication Travailler dans des maisons d'édition de livres</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Types de publications - Titres prioritaires et critères de sélection - Conception, composants, fabrication - Approfondissement: Papier, couleurs, impression et finition
<p>Utiliser des outils de communication Travailler dans des maisons d'édition de livres</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Calcul et prix de vente au détail, conditions - Campagnes publicitaires, avant-premières, relations presse, utilisation d'outils de communication - Statistiques et critiques
<p>Validation des connaissances et préparation</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Révision de l'ensemble de la matière - Simulation d'examen - Informations sur l'organisation et la conduite de l'examen - Discussion au sujet de l'examen

Programme détaillé – cours interentreprises

Vidéo Vérification des compétences 2 (VC2) : Utilisation de ChatGPT et autres logiciels d'AI pour la création de contenu

Journée supplémentaire d'approfondissement pour les apprentis des spécialités :

- Production / Impression
- Articles publicitaires
- Édition de livres

