

6
MOIS

Création et gestion de média de proximité

Public cible

Journalistes, étudiant·e·s, acteurs associatifs ou du secteur public, animateurs locaux souhaitant développer un média de proximité

Prérequis

Niveau Bac + 2 minimum, expérience de terrain souhaitée

Objectifs

- Acquérir les compétences pour concevoir, animer et structurer un média de proximité adapté aux besoins de son territoire.
- Maîtriser les techniques de production, la stratégie éditoriale et la mobilisation d'une audience locale.
- Mobiliser et engager les acteurs locaux pour faire du média un outil collectif et participatif.

Contenu de la formation

- Introduction aux médias de proximité et leur rôle (importance, attentes des publics...)
- Création de contenus (techniques de reportage et storytelling, vidéo, podcast, photo et article écrit, animation de la communauté ...)
- Gestion de projet éditorial et planification des ressources (concevoir une ligne éditoriale, techniques de planification éditoriale : calendrier, répartition des rôles et responsabilités, gestion des ressources humaines et financières)
- Mobilisation et engagement du public (techniques pour attirer la participation des habitants et intégrer leur voix dans le contenu, organisation d'événements et de partenariats locaux pour renforcer la visibilité du média, stratégies de communication et de diffusion pour étendre la portée du média de proximité...)

Modalités d'accès

Saint-Ouen-sur-Seine (93) - 1 jour/semaine soit 140 heures sur 6 mois

Accessible aux personnes en situation de handicap. Les dates de formation vous seront communiquées par mail.

Méthodes pédagogiques

La formation propose un mix d'ateliers pratiques, de mises en situation et de cas concrets pour permettre aux participants de concevoir et lancer leur propre média de proximité. Elle inclut des sessions de mentorat et de retours sur projets pour accompagner le développement de leur média tout au long du parcours.

Modalités d'évaluation

Vous serez évalués sur un projet final de création de média, incluant une présentation de la ligne éditoriale, un contenu multimédia, un modèle économique, un plan de diffusion et une stratégie de mobilisation. Ce projet est évalué par un jury de professionnels.