



Médias

Journaliste social media manager

Animer les réseaux sociaux en lien direct avec les rédactions

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

La formation Journaliste social media manager permet de : Créer et d'animer des comptes et des pages spécifiques sur les différents réseaux sociaux. Diffuser des contenus éditoriaux adaptés en fonction de son public et des plateformes de diffusion. Développer une communauté et interagir avec elle. Concevoir, réaliser et diffuser des vidéos adaptées aux différentes plateformes. Réaliser des vidéos à l'aide d'un mobile ou d'une caméra légère. Monter des vidéos courtes contenant des infographies et des animations. Faire de la veille et de la vérification d'informations en ligne. Scénariser et animer un live en vidéo ou un direct d'info en continue sur un site web. Mesurer des audiences et concevoir un reporting en vue d'accroître la portée de ses contenus éditoriaux.

Publics concernés

Journalistes de presse écrite, tv, radio et web ainsi que toute personne amenée à publier du contenu éditorial sur les réseaux sociaux.

Pré-requis

Aucun.

Points forts

? Une formation complète pour assurer la gestion des réseaux sociaux d'un média. ? Une approche pratique autour d'apports théoriques et d'ateliers. ? Des intervenants expérimentés issus de rédactions nationales.

FORMATEURS

Journaliste social media manager Réalisateur - monteur

CONTENU

I. Se lancer sur les réseaux sociaux

- Panorama des principales plateformes (publics, audiences...)
- Comment créer une Page Facebook, un compte Twitter, un compte Instagram, un compte Snapchat ?
- Comment fonctionne l'algorithme des principales plateformes ?

II. Publier sur les réseaux sociaux et développer sa communauté

- Que publier sur un réseau social déterminé ?
- Comment publier du contenu (texte, photo, vidéo, story) sur les principales plateformes ?
- Comment éditorialiser son contenu sur chacune des plateformes ?
- Comment et quand répondre aux commentaires ?
- Comment impliquer sa communauté ?
- Quels outils ou plateformes tiers utiliser ?

III. Produire une vidéo (classique et live) pour les réseaux sociaux

- Pourquoi la vidéo ?
- Quels formats pour quelles plateformes ?
- Comment écrire et monter une vidéo pensée pour les réseaux sociaux ?
- Comment tourner une vidéo avec son mobile ?
- Comment monter une vidéo directement depuis son mobile ?
- Comment diffuser une vidéo pensée pour les réseaux sociaux ?
- Qu'est-ce que Facebook Live ? Periscope ?
- Que permet une vidéo en direct ?

- Comment préparer un direct ? Comment le réaliser ?
- Comment animer un direct et gérer les imprévus ?

IV. Vérification de l'information

- Comment juger la fiabilité d'un site ?
- Comment vérifier une rumeur émanant des réseaux sociaux ?
- Comment vérifier les sources d'une information ?
- Comment faire une veille efficace sur les réseaux sociaux ?

V. Comment vérifier l'authenticité d'une image ou d'une vidéo publiée sur les réseaux sociaux ?

- Peut-on être sûr à 100 % ?
- Quelles questions se poser ?
- Quels réflexes adopter ?
- Quels outils utiliser ?
- Bien sourcer ses contenus

VI. Reporting

- Comment mesurer l'audience de sa Page, de son compte ?
- Quels sont les indicateurs clés ?
- Comment mesurer son audience et ses progressions dans le temps ?
- Elaborer un document partageable et compréhensible par le plus grand nombre

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Alternance d'apports théoriques et d'exercices pratiques

MATÉRIELS UTILISÉS

Ordinateurs, caméras de poing, mobiles, stabilisateurs.

POUR PROLONGER CETTE FORMATION

Lutter contre les fake news (C01656)

Mesurer et accroître son audience sur les réseaux sociaux (C01658)

Site web : campus.ina.fr

Réf: C01655

Catégorie

Fondamentaux

Votre conseiller de formation

AUDREY FERREIRA 0149832501 aufferreira@ina.fr

Durée

30 jours (210 heures)

Prix

6300 €

SESSIONS

Du 15 mars 2024 au 26 avr. 2024 à INA / ISSY-LES-MOULINEAUX (21-23 RUE CAMILLE DESMOULINS ISSY-LES-MOULINEAUX) : 6300 €

Mes notes :

