

Manager ES en médias

diriger, servir, planifier, produire, réagir, configurer, tester, optimiser

Les managers en médias sont des spécialistes compétents pour la planification et la réalisation de produits de communication. Ils travaillent dans des entreprises de médias, des départements de marketing ou des agences de communication, où ils s'occupent de tâches de gestion et de direction dans la production de médias. Grâce à leurs connaissances approfondies des principaux processus de travail des médias analogiques et interactifs ainsi que de la communication, ils sont les interlocuteurs pour toutes les questions relatives aux domaines en ligne, imprimés, multimédias et conception. Ils s'occupent ainsi des processus médiatiques internes et externes,

construisent et optimisent les processus de manière judicieuse sur cette base.

Les managers sont en mesure de planifier, d'exécuter et de surveiller efficacement la fabrication de produits médiatiques complexes. Ils dirigent des projets avec des équipes interdisciplinaires, présentent les solutions à la clientèle et la conseillent sur la réalisation. Ils veillent à ce que les directives, le budget et les délais soient respectés. En ce qui concerne les questions environnementales, ils tiennent compte dans leur planification d'une consommation minimale de ressources et de la protection de l'environnement et des personnes.



Quoi et pourquoi?

- ▶ Afin que le projet soit une réussite totale, le manager en médias le planifie et le réalise avec beaucoup d'engagement, il conseille les clients, veille à ce que les directives, le budget et les délais soient respectés et se charge de la communication, du marketing et de la vente des services et des produits.
- ▶ Afin que la production de produits médiatiques soit adaptée au groupe cible, le manager en médias tient compte des infos sur ses consommateurs, mais aussi des aspects techniques, économiques, juridiques, propres à l'entreprise et à la société.
- ▶ Afin que la production de médias soit au goût du jour, le manager en médias s'informe sur les technologies informatiques actuelles, se penche sur les questions de Content et Assetmanagements et approfondit ses connaissances sur les canaux de sortie analogiques et numériques.

Les faits

Admission Variable selon l'école. En règle générale: CFC dans la branche de l'imprimerie, des médias ou des arts graphiques. Sans formation préalable pertinente au minimum un diplôme du degré secondaire II. Expérience professionnelle dans le domaine des médias, du marketing et/ou de la communication ainsi que réussite de l'examen d'admission. Des admissions sur dossier sont en principe possibles en cas de formation préalable différente.

Formation 3 ans de formation continue en cours d'emploi ou des études à temps plein plus courtes.

Les aspects positifs Les managers en médias sont des spécialistes pour la planification et la réalisation de

produits de communication. Grâce à leur travail en réseau ainsi qu'à leur intérêt pour les innovations techniques et les développements dans la communication, ils répondent pleinement aux exigences professionnelles et d'actualité.

Les aspects négatifs Les changements technologiques obligent ces professionnels à rester flexibles et souples et à s'adapter sans cesse à de nouvelles situations.

Bon à savoir Les managers en médias assument des tâches de direction et de gestion de projet dans les entreprises des secteurs Online, multimédia et de la création, dans les maisons d'édition, les imprimeries ou les entreprises de transformation.

Profil requis

	avantageux	important	très important
compréhension rapide, capacité de concentration	■		
connaissance de l'anglais, connaissances en informatique	■	■	
fiabilité	■		
imagination spatiale, compétences en mathématiques	■	■	
intérêt pour les médias et la communication	■	■	■
qualités de dirigeant, capacité de communiquer	■	■	■
résilience, volonté d'innover	■	■	
sens de l'observation, capacité de combinaison	■	■	
talents de dessinateur, intérêt pour le dessin technique	■		
talents organisationnels, compréhension technique, compétences en négociation	■	■	■

Plans de carrière

