

**Bulletin d'inscription
sur www.cipac.net
Renseignements :
formation@cipac.net
01 44 79 10 85**

Siret 415 293 208 00054
Organisme de formation
no 11 75 39734 75
Référéncé au Datadock
TVA non applicable
en vertu de l'article 261-4°-4°-a
5° alinea du CGI

L'intensité toujours croissante de l'utilisation des outils numériques impose aux professionnels du secteur culturel de repenser leurs pratiques de la médiation et de s'appropriier les nouveaux moyens permettant de se rapprocher des publics.

En s'appuyant sur des exemples d'actions menées, la formation établira un état des lieux des pratiques numériques de la médiation et donnera les repères méthodologiques nécessaires à la conception de contenus et d'outils pertinents et efficaces pour sa structure.

PUBLICS

La formation s'adresse à toute personne en charge ou associée au développement des publics et à la médiation d'un projet ou d'un établissement.

DOMAINES DE COMPÉTENCES

PROFESSIONNELLES

- Médiation
- Communication
- Multimedia / réseaux sociaux

PRÉ-REQUIS

Professionnels d'au moins un an d'expérience dans les domaines de compétences précités.

FORMACODE® : 46252

MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES ET D'ENCADREMENT

- Transmission de documents pédagogiques (déroulé de formation, références bibliographiques, outils de travail...).
- Observation de cas concrets et de sujets d'actualités.
- Supports vidéo projetés.

ATTESTATION DE FORMATION

Il sera demandé au stagiaire de signer une feuille d'émargement par demi-journée. Une attestation de formation lui sera remise à l'issue du programme s'il en a suivi l'intégralité avec assiduité.

MÉTHODE D'ÉVALUATION

Afin de déterminer si le stagiaire a acquis les connaissances ou les gestes professionnels précisés par les objectifs du programme, il complètera une évaluation des acquis de la formation. Un questionnaire de satisfaction lui sera également soumis.

EFFECTIFS FORMÉS

Cette formation est organisée pour un effectif maximal de 14 stagiaires.

CONTENU

1/ Introduction

- Typologie des publics et des lieux : repères
- L'utilisation des outils numériques et des médias sociaux : chiffres clés.
- Caractéristiques des outils actuels de la médiation : guides audio, papier...

2/ Les spécificités de la médiation numérique

- Caractéristiques de la médiation numérique.
- Enjeux et objectifs des outils de médiation numérique.
- Méthodologie spécifique de construction de projet.
- Partenariats possibles.

3/ Étude de dispositifs spécifiques et des outils disponibles

- Exemple de dispositifs spécifiquement développés par les structures.
- L'appropriation d'outils existants pour les opérations de médiation numérique : Facebook, Twitter, Instagram, Tik-Tok...
- Les opérations événementielles et leur articulation avec la médiation numérique

4/ Les nouveaux relais possibles de la médiation : influenceurs et producteurs de contenus

- Identifier les relais pertinents.
- Définir les modalités d'une collaboration profitable à toutes les parties.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure de :

- Appréhender les enjeux du numérique pour la médiation.
- Établir une stratégie de médiation numérique en fonction des moyens disponibles.
- Déployer un outil de médiation pertinent au regard des contenus et des spécificités de la structure.

FORMATEUR

Annabelle Oliveira • Consultante en communication.

INFORMATIONS PRATIQUES

Dates : mercredi 13, jeudi 14 et vendredi 15 décembre 2023

Durée : 3 jours, soit 21 heures de formation au total

Frais de formation : 950 euros coût net

Horaires : 10h-13h et 14h-18h

Lieu : Paris - République