

Master 2 Communication et stratégies culturelles

Assistant.e attaché.e de presse

- Préparation des documents de communication
- Suivi des revues de presse et réalisation des pressbooks
- Suivi des relances presse et mise à jour des reportings
- Préparation et suivi des vernissages presse

Assistant.e attaché.e de presse - service de la communication et du numérique

- préparation des documents de communication (communiqués, dossiers de presse, etc.)
- suivi des revues de presse
- suivi des relances presse et mise à jour des reportings
- préparation et suivi des vernissages presse
- suivi des demandes, interviews et tournages

Assistant.e Communication

- Relations presse
Participation au développement de la stratégie presse des expositions; suivi des parutions presse en collaboration avec l'agence presse de la Fondation; participation à l'organisation de l'inauguration presse des expositions; relations directes et visites des expositions avec des journalistes ; suivi de tournages TV + Web
- Relations publiques
Participation à l'organisation du vernissage des expositions; mise à jour du fichier RP de la Fondation; participation aux visites protocolaires des deux expositions
- Communication digitale
Participation au développement de la stratégie web et réseaux sociaux; suivi du pilotage des projets; suivi et alimentation des publications sur les réseaux sociaux de la Fondation; rédaction de la newsletter mensuelle

Master 2 Communication et stratégies culturelles

Assistant.e communication digitale

- Webmastering : publication et mise à jour des contenus sur le site internet (pages événements, pages exposition, ateliers et visites, ressources, etc.). Participation aux briefs d'amélioration et performances du site internet.
- Chargée de la presse : rédaction de courts contenus éditoriaux et sélections/documentations iconographiques et vidéos pour créer des pages ressources spécifiques, en lien avec les différents services concernés du Palais de Tokyo.
- Réseaux sociaux
 - Reporting : relevé statistique hebdomadaire des différents réseaux sociaux
 - Assistance à la rédaction, production et programmation de posts sur les différents réseaux sociaux: Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn et Tik Tok
 - Animation de la communauté : modération des échanges, interaction en commentaire et sur des publications externes, réponses aux demandes d'informations par DM.
 - Assistance en story insta/instalive et posts réseaux sociaux in situ pour des événements spéciaux (vernissages, festivals, soirées, performances, concerts...)
 - Newsletter
 - Rédaction et aide à l'envoi des newsletters mensuelles à toute la base d'abonnés.
 - Accompagnement et suivi d'envoi des newsletters internes (service RH, service communication, délégués du personnel, service informatique etc.)
 - Autres projets
 - Suivi des rencontres numériques mensuelles organisées par la communication digitale en interne : veille sur des sujets numériques, aide à l'organisation des rendez-vous, prise de photo et prise de note pendant les rencontres.
 - Suivi du projet de résidence artistique numérique, veille en création numérique et sujets actuels, organisation de rendez-vous, suivi de projet notamment sur la mise en place de supports numériques pour valoriser le travail des artistes.
 - Veille sur les nouvelles tendances et nouveaux formats digitaux/éditoriaux, force de proposition sur la création de contenus de communication digitale innovants.

Assistant.e communication et événementiel

- COMMUNICATION
 - Gestion des réseaux sociaux de la Fondation (Facebook, LinkedIn, déploiement de Twitter) ;
 - Rédaction et publication d'articles sur le site web de la Fondation ;
 - Rédaction de la newsletter trimestrielle ;
 - Création de contenus et supports de communication (vidéos notamment) ;
 - Appui au déploiement des campagnes de communication de la Fondation, à la communication relative aux projets soutenus.
- CAMPAGNES DE LEVEE DE FONDS
 - Appui au déploiement des campagnes de collectes de la Fondation (campagne annuelle, campagnes ponctuelles) et opérations de sollicitation de mécènes ;
 - Mise en place d'outils et stratégies de communication différenciées vis-à-vis des publics de la Fondation (donateurs, mécènes institutionnels, Alumni...).

Master 2 Communication et stratégies culturelles

•EVENEMENTIEL

- Appui à la mise en œuvre d'évènements, classiques ou numériques, propres à la Fondation (appui logistique, lien aux prestataires, etc.)
- Appui à la mise en œuvre d'évènements dans le cadre de projets soutenus par la Fondation, en lien avec les porteurs de projets et partenaires externes (dans le domaine académique ou culturel).

Assistant.e de communication

- Soutien à la communication générale, notamment dans :
 - la rédaction et la mise à jour des supports et outils de communication, de médiation et d'édition des différentes structures du groupe ;
 - la récolte des informations et la coordination avec les équipes du groupe, les artistes et les interlocuteurs externes concernant les sujets de communication ;
 - les relations presse, en lien avec notre agence de presse.
- Soutien au community management pour le groupe, notamment dans :
 - l'élaboration de la stratégie de community management et SEO ;
 - l'animation des réseaux sociaux (planification, rédaction et programmation des publications et modération) ;
 - l'actualisation des sites web et optimisation du référencement ;
 - la rédaction et l'envoi des campagnes (newsletters, invitations...) ;
 - la production de contenus visuels (captation de photos, tournage et montage de vidéos) ;
 - la gestion et l'alimentation de l'outil de CRM ;
 - la veille générale des tendances du secteur sur les réseaux sociaux.
- Soutien aux autres missions, notamment dans :
 - la recherche de financement privé et public (rédaction des dossiers, suivi et veille) ;
 - l'organisation et la participation aux divers événements.

Master 2 Communication et stratégies culturelles

Assistant.e de communication et évènementiel

- conception et rédaction des contenus pour les sites, réseaux sociaux, documents de presse ;
- gestion et suivi de la production de supports de communication ;
- mise en œuvre de la programmation événementielle in situ et hors les murs;
- communication événementielle des projets ;
- suivi de la commission gérée par la délégation ;
- suivi des partenariats (échange de visibilité, dotations, référencement, contractualisation...);
- reporting d'activités, bilans, statistiques, analyse de résultats.
- Réalisation de la revue de presse en lien avec le Chargé des relations presse et publiques ;
- Actualisation et enrichissement des bases de données de contacts ;
- Actions de communication interne ;
- Autres missions de communication en fonction des besoins du département et des opérations en cours.

Assistant.e de projet

- Participer à l'organisation éditoriale et opérationnelle des grands événements annuels
- Contribuer au cadrage et à la préparation des séances de groupes de travail, et rédiger des comptes rendus ;
- Participer à la stratégie éditoriale et la stratégie de communication et d'influence (contenus, publications papiers et en ligne, publication du baromètre annuel, livres blancs, partenariats médias, animation des réseaux sociaux, tribunes...);
- Contribuer aux grands projets de partenariat (création de podcasts, projets éditoriaux...);
- Effectuer une veille de l'actualité, et réaliser des revues de presse sur les axes de travail stratégiques

Assistant.e Développement Produit Objets

En lien avec le studio de création, les équipes production et commerciales :

- Assister les chefs de produit dans leurs missions quotidiennes
- Faciliter le déroulement des réunions
- Assurer la gestion des prototypes (envois au studio de création, shootings, prêts aux partenaires)
- Suivre le développement des produits en relation avec le studio de création, les équipes développement technique et commerciale.
- Suivi et mise à jour des outils de collection (plan de collection, tableau de codification)
- Aide à la préparation du podium (outils d'aide à la vente, alimentation de la photothèque et de l'application podium, support logistique et opérationnel)
- Gestion et suivi de la création des nouveaux packagings et notices

Master 2 Communication et stratégies culturelles

- Reportings et analyses des ventes annuelles et ponctuelles
- Assurer la veille concurrentielle et tendancielle : boutique et internet

Assistant.e Information Programmes

- Participer à la sélection des programmes provenant de tous les éditeurs
- Produire un document mensuel de partage et d'agrégation de contenus de ces temps forts distribué à l'ensemble du Groupe
- Recommander des programmes en fonction des cibles et des offres et valider des supports de communication (wording, visuels, vidéos, chartes graphiques) avec les éditeurs
- Participer à l'élaboration du magazine des abonnés (mensuel) et de nombreuses NL – Brief, comité de rédaction et validation.

Assistant.e réseaux sociaux

Le stagiaire participera à la vie de l'équipe du Service du Numérique et découvrira les missions spécifiques des réseaux sociaux. Il sera encadré par la responsable des réseaux sociaux et les deux community managers qu'il assistera dans leurs missions. Le stagiaire sera ainsi amené à contribuer aux différentes activités de community management afin d'en comprendre les enjeux et les interactions, et de se familiariser avec les outils et méthodes de gestion des réseaux sociaux.

Assistant.e responsable de projets

Communication print :

- Gestion du matériel promotionnel : réservation et suivi, suivi de la conception, production et parution, suivi des justificatifs et archivages
- Pages promotionnelles à paraître dans les éditions du magazine
- Campagnes d'affichage

Communication digitale :

- Piloter et optimiser le plan de communication de chaque projet :
- Encart newsletter quotidienne
- Site Internet
- Réseaux sociaux (Facebook, Instagram, LinkedIn)

Communication BtoB :

- Gestion de la diffusion des communiqués des presse et des retombées

Communication interne

- Promotion sur les supports print et digitaux du Groupe (écrans, intranet, affichages, journal d'entreprise, etc. ...)
- Développer de nouvelles actions de communication et de promotion.
- Événementiel (vernissage et inauguration des projets)

Master 2 Communication et stratégies culturelles

- Suivi de la conception de la fabrication et de la diffusion des supports de communication : carton d'invitation, save the date, listing d'invités...
- Préparation des roadbooks des experts
- Conception des supports de présentation
- Soutien à la conception et production des projets initiés par le Département.

Chargé.e de communication et de partenariats médias

- Participer à la définition des actions de communication, à leur mise en application dans le cadre des partenariats médias pour la promotion des collections, des expositions temporaires et de la programmation culturelle.
- Participer à la rédaction des contrats de partenariats, à leur suivi administratif et à la coordination de leur exécution.
- Formaliser les plans médias et leur suivi d'exécution.
- Contribuer à l'élaboration des briefs et mettre à jour le fichier de publicités à destination de l'atelier graphique, assurer le suivi d'exécution et la pige des parutions publicitaires auprès des supports.
- Préparer les contenus éditoriaux et iconographiques promotionnels à destination des partenaires.
- Assurer le reporting des actions mises en place dans le cadre de partenariats médias et des publicités.
- Réaliser une veille médias et identifier les opportunités d'association en lien avec la programmation à venir.
- Soutenir la direction dans ses missions transversales : participation ponctuelle aux inaugurations et à l'organisation d'événements dans le cadre des partenariats, rédaction de comptes-rendus de réunion inter-directions, préparation des bilans de communication.

Chargé.e de communication et événementiel climat

- Travailler en priorité sur le programme Santé (transition bas carbone du secteur), mais aussi collaborer sur d'autres sujets ou secteurs, selon les activités du pôle.
 - être support dans l'organisation d'opérations événementielles (conférences, séminaires, ateliers...) : préparation logistique de l'événement, préparation des listings et des invitations, suivi des retours des participants, préparation des documents distribués, suivi post-événement.
- Les événements se tiennent en ligne (principalement sur Zoom), ou en présentiel (avec retransmission systématique en ligne). Le/la stagiaire sera donc amenée à utiliser les outils digitaux de manière soutenue.
- Participer à des événements organisés par des partenaires, aux réunions internes et à la vie de l'association, assurer une veille médias et bénéficier des nombreux échanges ayant cours au sein de l'équipe, sur le fond des sujets et pour monter en compétence techniquement.

Chargé.e de projets

- Gestion de projets :
- Participer aux briefs clients, rédiger les ordres du jour et comptes rendus des réunions ;
- Aider à l'élaboration de recommandations et de préconisations sur les stratégies et les supports communication ;

Master 2 Communication et stratégies culturelles

- Contribuer à la création des supports et à leur réalisation : rédaction, recherche de fournisseurs pour nos clients, demande de devis, relecture, départ en fabrication ;
 - Rédiger des accroches, signatures, slogans qui viendront renforcer l'image de nos clients et de leurs campagnes ;
 - Réaliser des interviews et des articles ;
 - Assurer la recherche et la veille documentaire ainsi que la recherche iconographique.
-
- Produire des fiches de book pour l'agence (3 modèles) : interviewer / récolter les informations des chefs de projet, rédaction, mise en page des mock-ups
 - Mettre à jour les références de l'agence : remplissage du fichier Excel sur la base des données récoltées pour la production des fiches de book
 - Mettre à jour le site internet : « rapport d'étonnement », rédaction des textes pour les nouveaux clients, KPI, suivi de l'actualisation des visuels
-
- Community management : rédaction de posts pour les réseaux sociaux, mise en route de notre chaîne YouTube, KPI
 - Outils de démarchage : réflexion sur un book sous forme de webpublication, de vidéos promotionnelles (ex. sur les logos...)
 - Soutien pour organiser les événements du Comité, appui pour la communication interne (benchmark, giboulettre...)

Chargé.e de relations médias & Thought leadership

- Assurer la veille médiatique française et étrangère concernant le Groupe, ses dirigeants, ses actionnaires et ses activités et gérer la revue de presse quotidienne ;
- Assurer le suivi des opérations de communication à destination des médias à travers la réalisation de bilans thématiques ;
- Rédiger et diffuser les communiqués de presse du Groupe ;
- Participer aux activités du pôle : qualification des sollicitations médiatiques et traitement des sollicitations à travers la rédaction d'éléments de langage ;
- Accompagner l'élaboration d'événements médiatiques pour valoriser la stratégie et les projets;
- Participer à la rédaction de discours et interventions des dirigeants de l'entreprise lors d'événements externes, sectoriels ou rassemblant le monde de l'entreprise ;
- Participer à la réflexion et la mise en place de la stratégie de Thought Leadership du Groupe, à travers l'identification de thèmes porteurs et la structuration d'une feuille de route.

Chef.fe de projet identité et Brand content

Suivi opérationnel et commercial des projets depuis la prise de brief, et également intégré(e) à la réflexion stratégique et créative :

- Benchmark et veille stratégique
- Analyse du brief
- Brief création
- Participation aux réunions internes
- Suivi de dossiers
- Réflexion stratégique et éditoriale
- Définition des budgets et des timings associés

Master 2 Communication et stratégies culturelles

Communication Externe et Relation de Presse

Mission 1 : Relations Presse

Vous participez à la conduite de la stratégie de relations presse :

- Cartographie des journalistes, mise à jour de la base de données
- Veille des sujets stratégiques dans les médias cible en France et à l'étranger
- Elaboration de notes de synthèses sur les sujets stratégiques.
- Participer à la préparation et au suivi des interviews (profils journalistes, éléments de contexte sur les sujets traités...)
- Participation à la rédaction et diffusion des communiqués de presse

Mission 2 : Evènements Externes

Vous participez à l'organisation des évènements externes :

- Organisation et déroulement d'évènements presse
- Logistique pour la publication des résultats semestriels

Mission 3 : Numérique

- Suggestions de contenu pour les réseaux sociaux
- Coordination avec les agences

Responsable Traffic Creation

- Suivi des opérations en création et des compétitions en cours et à venir
- Gestion des plannings des créatifs sur des budgets définis
- Gestion des roughmen et freelances
- Gestion du carnet d'adresses freelance
- Gestion administrative

Secrétaire de rédaction francophone

- Relecture et/ou correction de textes en français
- Rédaction/adaptation de textes
- Rédaction de titres, d'accroches
- Petits travaux administratifs : classement, bons de commande, recherches diverses...

Master 2 Communication et stratégies culturelles

Stage en engagement communication

Engagement :

- Animation et déploiement de la plateforme : communication en interne sur les opportunités d'engagement, support sur l'organisation des événements à l'international
- Benchmark des pratiques

Communication :

- Production extensive de contenus sur la Fondation en interne et en externe : supports de présentation, éléments de langage, visuels (photos/vidéos), réseaux sociaux, communiqués de presse, newsletters, brochure, site web, etc.
- Support pour tous les événements
- Suivi et mise à jour du site web et intranet

Transverse :

- Mentorat : animation des programmes à l'international
- Support sur l'outil CRM
- Support de l'équipe sur les tâches récurrentes

Stagiaire auprès du délégué pour un festival

- Contribuer à l'animation et au développement du réseau de partenaires du Festival ainsi qu'à la recherche de mécénat : prospective, mise à jour de la cartographie, participation à la rédaction des dossiers de demande de soutien, préparation des conventions.
- Intervenir dans la promotion du Festival auprès du grand public en participant à la mise en œuvre de la stratégie de communication, en lien avec le service de la communication et du marketing : préparation d'éléments de langage en vue des rencontres presse, participation à la rédaction des supports de communication (flyers, programmes, newsletters, réseaux sociaux), gestion de la distribution des supports auprès des partenaires de diffusion, organisation d'événements promotionnels, enquête bilan sur les publics.
- Charger de l'organisation des instances de gouvernance du Festival : comité de pilotage et comité technique.
- Participer à l'organisation logistique du Festival : suivi des différentes prestations (marchés transport, hébergement, restauration des intervenants et équipement des espaces du Festival), préparation du planning d'occupation des salles, préparation du planning d'activité, recrutement et formation des bénévoles, accueil et accompagnement des exposants, par exemple du salon du livre.

Dans le cadre de ces différentes missions : prises de contact, rédaction de notes et comptes-rendus, suivi administratif et budgétaire.