

CFPJ

2016
FORMATIONS
CPF-RNCP



**EXPERT
MÉDIAS**

L'EXPERT MÉDIAS

MUTATIONS, CHANGEMENTS, FINANCEMENTS, ÉLIGIBILITÉ

Notre catalogue 2016 est conçu pour vous apporter des solutions concrètes aux multiples défis auxquels vous faites face.

DES SOLUTIONS SUR LE FOND pour satisfaire aux exigences d'un journalisme mutant, plus regardant sur l'éventail des compétences.

DES SOLUTIONS SUR LES DISPOSITIFS DE FINANCEMENT avec une première partie consacrée à nos formations **RNCP**, leurs blocs de compétences et les **85** formations éligibles au **CPF** puis une seconde partie centrée sur les besoins de perfectionnement des producteurs de contenus.

 @CFPJMedias

UNE ÉQUIPE POUR VOUS ACCOMPAGNER VERS LA RÉUSSITE

Directeur général adjoint

Fabrice DAVERIO fdaverio@cfpj.com

Ingénierie pédagogique

Thierry GUILBERT tguilbert@cfpj.com

Valérie PAILLER vpailler@cfpj.com

Bruno PFEIFFER bpfeiffer@cfpj.com

Accompagnement Intra

Marie-Thérèse FALCONE mtfalcone@cfpj.com

Coordination des formations

Valérie BONDU vbondu@cfpj.com

Carole BOYER cboyer@cfpj.com

Bernadette LESCURE blescure@cfpj.com

Orientation, aide au financement

Christine HUGONET chugonet@cfpj.com

Contrats de professionnalisation

Laurence DELPIERRE ldelpierre@cfpj.com

SE FORMER...

À SON RYTHME

186

- Formations courtes
- Formations longues
- Formations le soir et le week-end
- Formations à distance
- Modules e-learning à la carte

POUR MONTER EN COMPÉTENCES



11

formations diplômantes RNCP, avec 96 % de taux de réussite depuis 2010

85

formations éligibles au CPF

3

formations certifiantes

" DANS LA PEAU DE "



LA SCÉNARISATION DE NOS FORMATIONS

Que vous soyez dans la peau d'un rédacteur, d'un community manager ou d'un dirigeant... : la scénarisation de nos formations en présentiel vous entraîne vers les objectifs pédagogiques de la formation au cours de laquelle vous **incarnez un métier, un profil, un statut.**

Cette approche garantit la **mise en pratique opérationnelle** des acquis dès la formation. Sa finalité est de **coconstruire les meilleures solutions professionnelles** avec vous.

NE SUIVEZ PAS UNE FORMATION, VIVEZ UNE EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

À LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE

68

formations sur le **MULTIMÉDIA**



8

RNCP diplômantes

2

certifiantes

EN SITUATION RÉELLE



18 salles de rédaction



1 learning room



1 newsroom



1 studio télé avec régie numérique



1 studio radio avec régie numérique

AVEC DES PROS

DES PROFESSIONNELS QUI FORMENT ET NON DES FORMATEURS PROFESSIONNELS



LE LABEL FORMATEUR ABILWAYS

SON OBJECTIF : associer les compétences techniques de nos experts à l'identité pédagogique du Groupe ABILWAYS

TROIS PRINCIPES PÉDAGOGIQUES GARANTIS

- Apprendre à apprendre : respecter un modèle de formation orientée terrain construite autour d'une pédagogie active
- Apprendre à innover : se renouveler en permanence avec du numérique, du ludique, de la pédagogie inversée...
- Apprendre à partager : échanger entre pairs en favorisant l'apprentissage informel

Vous assurer l'efficacité de la transmission des savoirs : c'est l'enjeu du LABEL FORMATEUR ABILWAYS !



UNE DÉMARCHE QUALITÉ ORIENTÉE RÉSULTATS



98,6%

de satisfaction et ce sont
nos participants qui le disent !

LA QUALITÉ CFPJ

Qualité de nos formations qui s'inscrivent
dans le cadre légal et bénéficient de la
QUALIFICATION ISQ OPQF



Qualité relationnelle : ACCÈS RAPIDE
ET GUIDÉ À L'INFORMATION sur
nos offres de formations et de services

33 % Qualité des contenus :
DE NOTRE OFFRE RENOUVELÉE
chaque année

Qualité de la pédagogie. Prérequis, objectifs : clairs et respectés,
100 % OPÉRATIONNELLE, experts labellisés FORMATEURS
ABILWAYS, ESPACES D'APPRENTISSAGES RÉINVENTÉS

Qualité des certifications : Processus RNCP tout au long
de la formation, des CRITÈRES OBJECTIFS DE RÉUSSITE
aux examens et une EMPLOYABILITÉ RENFORCÉE

L'ÉVALUATION DE NOS FORMATIONS

ÉVALUATION À CHAUD

Un bilan qualité à l'issue de la
formation pour mesurer l'atteinte
des objectifs

ÉVALUATION À FROID

à J+3 mois une e-évaluation du
transfert des acquis en situation
professionnelle

QUIZ AMONT/AVAL

Pour les formations qui le prévoient,
une mesure de la progression
des connaissances

SOMMAIRE



Nouveaux

Formations CPF

MULTIMÉDIA

FORMATIONS RNCP ET INTENSIVES

Devenir chef de projet images	112
Devenir journaliste	16
Devenir chef de projet numérique	113
Journaliste community manager	13
Journaliste de desk web	14
Journaliste de données	15
Journaliste numérique	12
Journaliste radio plurimédia	19
JRI TV, web et digital	17
Rédacteur TV multisupport	18

CULTURE WEB

Créer son identité numérique professionnelle	118
Dénicher et exploiter des vidéos sur le web	106
Droit et drone journalisme	93
Droit et presse en ligne	35
Droit et réseaux sociaux	33
Enquête, sources et fact checking sur le web et les réseaux sociaux	32
Gagner en agilité numérique	27
Journaliste Front Page Editor	108
Le CFPJ Lab	58
L'editing pour le web	41
L'outil du datajournaliste : le tableur	28
Maîtriser les Google Analytics	109
Optimiser son référencement naturel	40
Pitcher son sujet	72
Protéger ses sources en environnement numérique	31
Rédiger pour le web	40
Scénariser l'information sur internet	79
Trouver des angles print et web	26
Veille et recherche d'informations sur internet	30
Vérifier les informations issues du web	30

LES OUTILS MULTIMÉDIAS

Cartographier : poser des indicateurs sur une carte	63
Datavisualiser l'actualité, un événement	45
Extraire la donnée : depuis le web, un document pdf, une image	34
La boîte à outils du journaliste numérique	60
La boîte à outils HTML du journaliste	61
Le kit du journaliste mobile	99
Les outils du web au service de l'enquête	61

Les outils photo en ligne	96
Nettoyer les données brutes : obtenir un tableur pour croiser ses sources	35
Produire des graphiques interactifs complexes	64
Raconter des histoires avec des graphiques interactifs simples	64
Réaliser une enquête de datajournalisme	28
Trouver et questionner les données	34

SONS, IMAGES ET VIDÉOS

Concevoir et réaliser un web doc	80
Concevoir un reportage vidéo pour le web	41
Enrichir ses contenus vidéo en motion design	97
Je découvre le newsgame	77
Je découvre les nouveaux formats narratifs	77
Journalisme et digitelling	80
Monter avec Adobe Premiere Pro	98
Podcast, vidéocast	63
Prendre, monter et éditer du son pour le web	62
Réaliser un diaporama	62
Réaliser une P.O.M	96
Réaliser une vidéo pour le web	92
Turner avec son smartphone	44

WEB SOCIAL ET WEB MARKETING

Animer sa communauté en ligne	43
Créer et animer un blog dans sa rédaction	79
Découvrir Twitter et Facebook	32
Évaluer ses actions éditoriales de CM	60
Événementialiser sa présence sur les réseaux sociaux	43
Focus sur la vente de contenus en ligne	119
Gérer un site web	116
Innover et se diversifier à l'heure du multimédia	119
La pratique éditoriale sur les réseaux sociaux	42
Optimiser ses contenus éditoriaux sur second écran	108
Pinterest, Instagram, Snapchat et les autres	109
Réussir un projet de publication sur tablette	118

PHOTO

Le reportage photo	87
Les bases de la photo de presse	44
Les outils photo en ligne	96
Les techniques de l'iconographie	102
Lightroom - Niveau 1	103
Lightroom - Niveau 2	103
Photocamp avec Patrick Chauvel	117
Photoshop - Niveau 1	105
Photoshop - Niveau 2	105
Recherche et choix de l'image	101
Stocker, sécuriser et archiver ses images	101
Travailler les images numériques	102

PRESSE ÉCRITE

TECHNIQUES RÉDACTIONNELLES

Du journalisme à l'édition	84
Développer son sens critique	83
Écrire avec humour	82
Écrire pour être lu	46
Écrire pour la presse jeunesse	86
Enrichir son style - Niveau 1	81
Enrichir son style - Niveau 2	81
Je découvre l'univers du journalisme	25
Je découvre les nouveaux métiers du journalisme	76
Les sources d'information des journalistes	31
Le titre : tout un art	47
Les codes de l'écriture magazine	83
Rédiger un synopsis	72
Réussir sa prise de notes	27
Stimuler sa plume	82
Trouver des angles print et web	26
Vendre ses piges	73

GENRES JOURNALISTIQUES

Journaliste d'investigation	85
Mener une enquête	48
Réaliser un portrait	86
Réussir son interview	47
Réussir son reportage	48

SR-EDITING

Améliorer son rewriting	66
L'editing pour le web	41
Le titre : tout un art	47
Les fondements du SR	65
Maîtriser les techniques de l'editing	66
Obtenir une copie sans faute	65

MAQUETTE ET OUTILS PAO

InDesign - Niveau 1	67
InDesign - Niveau 2	104
Les fondamentaux de la maquette	67
Quark XPress	104

CONTRATS DE PROFESSIONNALISATION

Journaliste de télévision	22
Journaliste presse écrite et en ligne	20
Journaliste radio et en ligne	21

FORMATION ENTIÈREMENT À DISTANCE

Découvrir l'écriture journalistique	23
Pratiquer l'écriture journalistique	23

TÉLÉVISION

FORMATIONS RNCP

JRI TV, web et digital	17
Rédacteur TV multisupport	18

MÉTIERS ET GENRES JOURNALISTIQUES

Améliorer l'écriture de ses sujets	88
Animer un débat à la télévision	52
Concevoir un reportage pour la télévision	50
Ⓝ Couvrir un événement dans une meute de journalistes	99
Découvrir le journalisme TV	26
Devenir chef d'édition	116
Enquêter à la télévision	51
Gérer sa notoriété sur les réseaux sociaux	110
Ⓝ Je découvre la social TV et le datatainment	77
Ⓝ JRI en solo	55
Ⓝ JRI : maîtriser la chaîne de production en autonomie	68
La chronique à la télévision	90
Le commentaire sur image	49
Le plateau de situation : être à l'aise devant la caméra	52
Le travail de la voix	69
Maîtriser l'interview à la télévision	49
Ⓝ Monter sa société de production	117
Réaliser une infographie pour enrichir son sujet	97
Réaliser un reportage en zone sensible	87
Réaliser un sujet magazine	51
Présenter des flashs et des journaux TV	53
Ⓝ Présenter et vendre ses sujets à un diffuseur	74
Présenter une tranche d'information en télévision	88
Ⓝ Tenir une édition spéciale sur le terrain	53

OUTILS ET TECHNIQUES

Ⓝ Enrichir ses contenus vidéo en motion design	97
Maîtriser le maniement de la caméra	54
Ⓝ Montage : l'art de raconter en images	68
Monter sur Final Cut - Niveau 2	98
Prendre en main Final Cut - Niveau 1	69
S'initier à la technique de la caméra et à la prise de vue	54
Tourner avec un reflex numérique	94
Tourner avec une caméra de poing HD	95
Ⓝ Tourner avec une GoPro	95
Ⓝ Tourner et réaliser avec des drones	93
Ⓝ Tourner et réaliser avec un reflex numérique	94

RADIO

FORMATION RNCP

Journaliste radio plurimédia	19
------------------------------	----

MÉTIERS ET SAVOIR-FAIRE

Animer une tranche d'information en direct	70
Couvrir un événement en direct à la radio	58
Ⓝ Découvrir le journalisme radio	25
Le travail de la voix	106
Maîtriser le montage son numérique	70
Maîtriser l'interactivité avec les auditeurs	33
Pratique de la radio	90
Proposer des piges en radio	73
Voix et écriture - Niveau 1	89
Voix et écriture - Niveau 2	89

GENRES JOURNALISTIQUES

Chronique radio : trouver son style	57
Le reportage à la radio	56
Les clés pour conduire une interview	57
Ⓝ Maîtriser les techniques du reportage radio	56
Présenter des flashs et des journaux	55

MANAGER DANS LES MÉDIAS

Diriger une équipe de rédaction en presse écrite	114
Ⓝ Gérer un site web	116
Manager plurimédia	115
Ⓝ Monter sa société de production	117
Ⓝ Préparer un brief pour un infographiste	45
Repenser sa rédaction pour le plurimédia	114
Se former au tutorat	115

THÉMATIQUES

Ⓝ Comprendre la crise de l'immobilier	123
Comprendre l'entreprise et décrypter ses comptes	125
Comprendre le monde bancaire	122
Connaître le système judiciaire	126
De l'enquête au procès	126
Droit et presse en ligne	35
Droit et réseaux sociaux	33
Du procès à l'exécution de la peine	127
Éthique et déontologie	37
Ⓝ Éduquer aux médias	121
Faire parler chiffres et statistiques	124
L'importance du fait religieux dans l'espace public	123
Le droit de la presse	36
Le droit de l'image	36
Ⓝ Les assurances dans la vie quotidienne	122
Les fonctions et le rôle des collectivités territoriales	125
Ⓝ Les nouvelles façons d'inventer	121
Ⓝ Les nouvelles monnaies	124

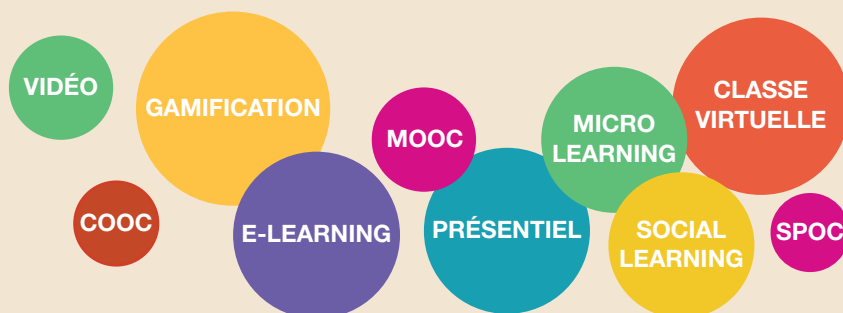
SE FORMER LE SOIR ET LE WEEK-END

Ⓝ Je découvre la Social TV et le datatainment	77
Ⓝ Je découvre le newsgame	77
Ⓝ Je découvre les nouveaux formats narratifs	77
Ⓝ Je découvre les nouveaux métiers du journalisme	76
Ⓝ Je protège mes données	76
Ⓝ J'ose prendre la parole en public	76

POUR ALLER PLUS LOIN

La VAE	74
Le bilan de compétences	110

LEARNING EXPÉRIENCE



ON PEUT APPRENDRE DE 1 000 MANIÈRES

QUELLE EST LA BONNE COMBINAISON ?

Conseil

Conception
multimédia

Réalisation
technique

ABILWAYS DIGITAL PLACE

Construisons ensemble votre Learning Experience

LA BRIGADE



Jean-Marc Fayolle
M. Direction de Projet
01 44 09 24 14
jmfayolle@abilways.com



Marion Breuleux
Mme Contenu



Fabienne Lochardet
Mme Pédago



Benoît Paulon
M. Techno

LES RESSOURCES



Plateforme LMS



Tableau interactif



Learning Room



Studio TV



Digital Room



Tournage, synopsis



Salle de montage



Studio Radio



Les formations RNCP

Ces formations longues sont diplômantes et se déroulent soit en alternance, soit en continu. Elles concernent le multimédia, la télévision, la radio et la presse écrite.

Ces formations sont découpées en cinq blocs de compétences :

- Bloc 1 : découverte et introduction
- Bloc 2 : recherche et vérification de l'information
- Bloc 3 : genres journalistiques et hiérarchie de l'information
- Bloc 4 : scénarisation, éditions et outils
- Bloc 5 : vendre ses sujets

Ces formations bénéficient de l'inscription du titre de « Journaliste » au Répertoire National des Certifications Professionnelles, niveau II, VAE intégrée (août 2013).

Les formations éligibles au Compte Personnel de Formation (CPF)

Les cinq blocs de compétences listés dans les formations RNCP regroupent plusieurs formations courtes qui sont, de fait, éligibles au Compte Personnel de Formation.

Il est possible de suivre ces sessions courtes en plusieurs années, jusqu'à avoir suivi l'intégralité d'un cursus RNCP et pouvoir passer en jury.

La Validation des Acquis de l'Expérience (VAE)

La VAE est un droit pour toute personne désireuse d'acquérir une qualification professionnelle, un diplôme ou un titre professionnel.

Le but de la VAE est de valider les compétences acquises lors de son expérience professionnelle dans un métier. À l'issue de cette démarche de VAE, le CFPJ délivre un titre de « Journaliste », diplôme reconnu par l'État.

Pour tout renseignement sur ces trois dispositifs de formation (montage de dossier, financement...) :
Christine Hugonet - 01 44 82 20 22 - chugonet@cfpj.com

11 formations longues diplômantes RNCP

L'obtention du diplôme est liée aux résultats obtenus pendant la formation et lors du passage devant un jury professionnel.

Journaliste numérique	12
Journaliste community manager	13
Journaliste de desk web	14
Journaliste de données	15
Devenir journaliste	16
JRI TV, web et digital	17
Rédacteur TV multisupport	18
Journaliste radio plurimédia	19
Contrat de professionnalisation : journaliste de presse écrite et en ligne	20
Contrat de professionnalisation : journaliste radio et en ligne	21
Contrat de professionnalisation : journaliste de télévision	22

Les formations RNCP présentées en bloc de

BLOC 1

Introduction à ...

Journaliste numérique

Gagner en agilité numérique	27
Total : 3 jours – 1 285 € HT	

Journaliste community manager

Gagner en agilité numérique	27
Total : 3 jours – 1 285 € HT	

Journaliste de desk web

Gagner en agilité numérique	27
Total : 3 jours – 1 285 € HT	

Journaliste de données

L'outil du datajournaliste : le tableur	28
Réaliser une enquête en datajournalisme	28
Total : 4 jours – 2 180 € HT	

JRI TV, web et digital

Découvrir le journalisme TV	26
Total : 3 jours – 1 670 € HT	

Rédacteur TV multisupport

Découvrir le journalisme TV	26
Total : 3 jours – 1 670 € HT	

Journaliste radio plurimédia

Découvrir le journalisme radio	25
Total : 5 jours – 2 095 € HT	

Devenir journaliste

Découvrir l'univers du journalisme	25
Réussir sa prise de notes	27
Trouver des angles print et web	26
Gagner en agilité numérique	27
Total : 9 jours – 4 090 € HT	

Les formations sont ici présentées avec leurs blocs de compétences liés au référentiel métier. Cette présentation ne correspond pas au déroulé chronologique du programme.

Toutes ces formations s'accompagnent de classes vidéo à distance, de modules e-learning et de social learning.

BLOC 2

Recherches et vérification

Journaliste numérique

Veille et recherche d'informations sur internet	30
Découvrir Twitter et Facebook	32
Total : 4 jours – 2 100 € HT	

Journaliste community manager

Veille et recherche d'informations sur internet	30
Vérifier les informations issues du web	30
Découvrir Twitter et Facebook	32
Droit et presse en ligne	35
Droit et réseaux sociaux	33
Total : 7 jours – 3 810 € HT	

Journaliste de desk web

Veille et recherche d'informations sur internet	30
Découvrir Twitter et Facebook	32
Vérifier les informations issues du web	30
Droit et presse en ligne	35
Droit et réseaux sociaux	33
Total : 7 jours – 3 810 € HT	

Journaliste de données

Veille et recherche d'informations sur internet	30
Vérifier les informations issues du web	30
Protéger ses sources en environnement numérique	31
Trouver et questionner les données	34
Extraire la donnée : depuis le web, un document pdf, une image	34
Nettoyer les données brutes : obtenir un tableur pour croiser ses sources	35
Total : 8 jours – 4 545 € HT	

JRI TV, web et digital

Enquête, sources et fact checking sur le web et les réseaux sociaux	32
Le droit de l'image	36
Total : 4 jours – 2 065 € HT	

Rédacteur TV multisupport

Enquête, sources et fact checking sur le web et les réseaux sociaux	32
Le droit de l'image	36
Total : 4 jours – 2 065 € HT	

Journaliste radio plurimédia

Maîtriser l'interactivité avec les auditeurs	33
Total : 1 jour – 625 € HT	

Devenir journaliste

Éthique et déontologie	37
Les sources d'information des journalistes	31
Veille et recherche d'informations sur internet	30
Découvrir Twitter et Facebook	32
Vérifier les informations issues du web	30
Le droit de la presse	36
Le droit de l'image	36
Droit et presse en ligne	35
Droit et réseaux sociaux	33
Total : 13 jours – 6 975 € HT	

éligibles au CPF

compétences avec les modules CPF

BLOC 3 Genres et hiérarchie

Journaliste numérique

Optimiser son référencement naturel	40
Rédiger pour le web	40
Concevoir un reportage vidéo pour le web	41
Total : 8 jours – 3 570 € HT	

Journaliste community manager

La pratique éditoriale sur les réseaux sociaux	42
Adopter un positionnement éditorial sur les réseaux sociaux	42
Animer sa communauté en ligne	43
Événementialiser sa présence sur les réseaux sociaux	43
Total : 8 jours – 4 190 € HT	

Journaliste de desk web

Rédiger pour le web	40
L'editing pour le web	41
Total : 5 jours – 2 335 € HT	

Journaliste de données

Rédiger pour le web	40
Préparer un brief pour un infographiste	45
Datavisualiser l'actualité, un événement	45
Optimiser son référencement naturel	40
Total : 5 jours – 2 870 € HT	

JRI TV, web et digital

Concevoir un reportage pour la télévision	50
Le commentaire sur image	49
Réaliser un sujet magazine	51
S'initier à la technique de la caméra et à la prise de vue	54
Maîtriser le maniement de la caméra	54
JRI en solo	55
Total : 33 jours – 16 085 € HT	

Rédacteur TV multisupport

Concevoir un reportage pour la télévision	50
Le commentaire sur image	49
Le plateau de situation	52
Enquêter à la télévision	51
Présenter des flashes et des journaux TV	53
Maîtriser l'interview à la télévision	49
Animer un débat à la télévision	52
Tenir une édition spéciale	53
Réaliser un sujet magazine	51
Tourner avec son smartphone	44
Total : 31 jours – 16 805 € HT	

Journaliste radio plurimédia

Le reportage à la radio	56
Maîtriser les techniques du reportage radio	56
Présenter des flashes et des journaux à la radio	55
Les clés pour conduire une interview	57
Chronique radio : trouver son style	57
Couvrir un événement en direct à la radio	58
Total : 20 jours – 9 610 € HT	

Devenir journaliste

Écrire pour être lu	46
Le titre : tout un art	47
Réussir son interview	47
Réussir son reportage	48
Mener une enquête	48
Les bases de la photo de presse	44
Optimiser son référencement naturel	40
Rédiger pour le web	40
Concevoir un reportage vidéo pour le web	41
Total : 38 jours – 15 305 € HT	

BLOC 4 Scénarisation et outils

Journaliste numérique

La boîte à outils du journaliste numérique	60
La boîte à outils HTML du journaliste	61
Prendre, monter et éditer du son pour le web	62
Réaliser un diaporama	62
Podcast, vidéocast	63
Total : 12 jours – 6 485 € HT	

Journaliste community manager

Évaluer ses actions éditoriales de CM	60
Total : 3 jours – 1 285 € HT	

Journaliste de desk web

La boîte à outils du journaliste numérique	60
La boîte à outils HTML du journaliste	61
Total : 5 jours – 2 650 € HT	

Journaliste de données

La boîte à outils HTML du journaliste	61
Cartographier : poser des indicateurs sur une carte	63
Raconter des histoires avec des graphiques interactifs simples	64
Produire des graphiques interactifs complexes	64
Total : 5 jours – 2 950 € HT	

JRI TV, web et digital

Montage : l'art de raconter en images	68
JRI : maîtriser la chaîne de production en autonomie	68
Prendre en main Final Cut - Niveau 1	69
Total : 9 jours – 4 940 € HT	

Rédacteur TV multisupport

Prendre en main Final Cut - Niveau 1	69
Montage : l'art de raconter en images	68
Total : 7 jours – 3 875 € HT	

Journaliste radio plurimédia

Animer une tranche d'info en direct	70
Maîtriser le montage son numérique	70
Le travail de la voix	69
Total : 8 jours – 4 315 € HT	

Devenir journaliste

Les fondements du SR	65
Obtenir une copie sans faute	65
Maîtriser les techniques de l'editing	66
Améliorer son rewriting	66
Les fondamentaux de la maquette	67
InDesign - Niveau 1	67
Les outils du web au service de l'enquête	61
La boîte à outils du journaliste numérique	60
La boîte à outils HTML du journaliste	61
Prendre, monter et éditer du son pour le web	62
Réaliser un diaporama	62
Total : 32 jours – 14 630 € HT	

BLOC 5 Vendre ses sujets

Journaliste numérique

Pitcher son sujet	72
Total : 0,5 jour – 395 € HT	

Journaliste community manager

Pitcher son sujet	72
Total : 0,5 jour – 395 € HT	

Journaliste de desk web

Pitcher son sujet	72
Total : 0,5 jour – 395 € HT	

Journaliste de données

Pitcher son sujet	72
Total : 0,5 jour – 395 € HT	

JRI TV, web et digital

Présenter et vendre ses sujets à un diffuseur	74
Total : 2 jours – 1 195 € HT	

Rédacteur TV multisupport

Présenter et vendre ses sujets à un diffuseur	74
Total : 2 jours – 1 195 € HT	

Journaliste radio plurimédia

Proposer des piges en radio	73
Total : 1 jour – 625 € HT	

Devenir journaliste

Rédiger un synopsis	72
Vendre ses piges	73
Pitcher son sujet	72
Total : 2,5 jours – 1 535 € HT	



Découvrez
le témoignage
des diplômés

CFPJ



JOURNALISTE NUMÉRIQUE



Objectif Maîtriser des outils digitaux et acquérir une méthode de travail pour décliner un contenu éditorial sur plusieurs supports.



Module 1 - Introduction au journalisme numérique

- **E-learning** Les techniques d'écriture.
- **Classe vidéo.**
- **E-ressources** Introduction au numérique.

Module 2 - Gagner en agilité numérique (3 jours)

- Naviguer sur internet.
- Publier sur le web.
- Chercher sur le web.
- Protéger ses données et ses sources.

Module 3 - Veille et recherche d'informations sur internet (2 jours)

- Rechercher sur le web.
- Décrypter un contenu web pour valider ses sources.
- Pratiquer une veille efficace.

Module 4 - Découvrir Twitter et Facebook (2 jours)

- Utiliser Facebook sur le plan éditorial.
- Utiliser Twitter sur le plan journalistique.
- Les outils complémentaires à connaître.

Module 5 - Optimiser son référencement naturel (1 jour)

- À quoi sert le référencement naturel ?
- Mettre en place une stratégie de viralisation de ses contenus.
- Développer sa notoriété.
- Mesurer l'efficacité de sa stratégie de lisibilité.

Module 6 - Rédiger pour le web (2 jours)

- Mesurer l'impact de la lecture à l'écran sur la rédaction des contenus.
- Organiser l'information.
- Travailler la lisibilité d'un texte.
- Enrichir son article et le mettre en ligne.

Module 7 - La boîte à outils du journaliste numérique (3 jours)

- Identifier et exploiter les bons outils.
- Réaliser une carte interactive.
- Réaliser une infographie.
- Réaliser une image interactive.
- Réaliser une frise chronologique interactive.

Module 8 - La boîte à outils HTML du journaliste (2 jours)

- Connaître les principaux langages de programmation internet.
- Comprendre le fonctionnement d'un site internet.
- Créer une page HTML.
- Entrer dans le code source d'une page.

Module 9 - Prendre, monter et éditer du son pour le web (2 jours)

- Les fondamentaux de l'écriture audio : connaître le vocabulaire, cerner ses angles.
- Le son numérique : choisir le matériel à utiliser, les différents types de sons.
- La réalisation et le montage sonore : s'initier au logiciel de montage, monter des sons et les mettre en ligne.

Module 10 - Réaliser un diaporama (2 jours)

- Définir le diaporama multimédia.
- Maîtriser les outils de conception d'un diaporama : identifier les logiciels, s'initier à la narration éditoriale par l'image, gérer l'éditing de son diaporama.
- Créer son diaporama : prise de vue, montage, mixage du son, des photos.

Module 11 - Le droit de la presse en ligne (1 jour)

- **E-learning** Le droit de la presse. Maîtriser les principes généraux du droit de la presse.
- Respecter les droits d'auteur sur internet.
- Éviter les délits de presse sur internet.
- Être sensibilisé au droit à l'image des personnes.
- Qui est responsable des contenus mis en ligne ?

Module 12 - Concevoir un reportage vidéo pour le web (5 jours)

- La place de l'image sur internet.
- Le reportage pour le web : quelles spécificités ?
- Utiliser les techniques traditionnelles du reportage.
- Réussir la préparation du reportage.
- L'aspect journalistique du montage.

Module 13 - Podcast, vidéocast (3 jours)

- Tourner-monter pour le web : penser son sujet en amont, maîtriser les techniques de tournage.
- Indexer et promouvoir ses contenus vidéo : gérer l'éditing de son sujet, les moteurs de recherche spécialisés, jouer la viralité sur les réseaux sociaux.

Module 14 - Pitcher son sujet (0,5 jour)

- Petite histoire du pitch.
- Les grandes règles du pitch.

Module 15 - Soutenance devant le jury (2 jours)

- Une journée : mise en situation réelle.
- Une journée : soutenance devant le jury.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Maîtriser les techniques journalistiques.

APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Mises en application pratiques, accompagnées et en autonomie, tout au long des modules.

MODALITÉS D'INSCRIPTION

- Remplir le dossier de candidature complété de votre CV et d'une lettre de motivation présentant votre projet professionnel.
- Frais de dossier : 46 € TTC.

DIPLÔME RNCP

À l'issue de 29 jours de formation, chaque participant réalisera des objets multimédias qu'il pourra présenter devant un jury de professionnels, ainsi qu'un sujet multimédia en vue d'obtenir le titre de « Journaliste » option « Journaliste numérique », inscrit au Répertoire National des Certifications Professionnelles, niveau II, VAE intégrée. L'obtention du diplôme est liée aux résultats obtenus pendant la formation et lors du passage devant ce jury.

CFPJ BOX

- e-learning
- e-communauté
- e-ressources
- classe vidéo



31 jours - 217 heures

code : 46014

prix : 11 470 € HT

prix pour les particuliers : 11 470 € TTC

Paris

- le 25/1/2016
puis du 27 au 29/1/2016
puis les 15 et 16/2/2016
puis du 9 au 11/3/2016
puis les 24 et 25/3/2016
puis du 20 au 22/4/2016
puis les 23 et 24/5/2016
puis les 16 et 17/6/2016
puis du 6 au 8/7/2016
puis du 25 au 29/7/2016
puis du 29 au 31/8/2016
puis les 26 et 27/9/2016
Jury : le 28/9/2016
- le 17/8/2016
puis du 22 au 24/8/2016
puis les 12 et 13/9/2016
puis du 3 au 5/10/2016
puis les 20 et 21/10/2016
puis du 16 au 18/11/2016
puis les 8 et 9/12/2016
puis les 5 et 6/1/2017
puis du 25 au 27/1/2017
puis du 13 au 17/2/2017
puis du 1 au 3/3/2017
puis les 27 et 28/3/2017
Jury : le 29/3/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

POUR ALLER PLUS LOIN

Trois formations complémentaires :

- Concevoir et réaliser un web doc page 80
- Tourner avec une caméra de poing HD page 95
- Focus sur la vente de contenus en ligne page 119



JOURNALISTE COMMUNITY MANAGER

Objectif Maîtriser les réseaux sociaux pour gérer et animer ses communautés afin d'en tirer le meilleur parti sur le plan éditorial.



Module 1 - Introduction au journalisme numérique

- **E-learning** Les techniques d'écriture.
- **Classe vidéo**
- **E-ressources** Introduction au numérique.

Module 2 - Gagner en agilité numérique (3 jours)

- Naviguer sur internet.
- Publier sur le web.
- Protéger ses données et ses sources.

Module 3 - Veille et recherche d'informations sur internet (2 jours)

- Rechercher sur le web.
- Décrypter un contenu web pour valider ses sources.
- Pratiquer une veille efficace.

Module 4 - Découvrir Twitter et Facebook (2 jours)

- Utiliser Facebook sur le plan éditorial.
- Utiliser Twitter sur le plan journalistique.
- Les outils complémentaires à connaître.

Module 5 - Vérifier les informations issues du web (1 jour)

- Identifier et évaluer la crédibilité d'un producteur de contenus.
- Contextualiser et recouper l'information.
- Authentifier une image, une vidéo.

Module 6 - La pratique éditoriale des réseaux sociaux (2 jours)

- Définir son positionnement éditorial sur les réseaux sociaux.
- Pousser du contenu sur Twitter et Facebook.

Module 7 - Adopter un positionnement éditorial sur les réseaux sociaux (2 jours)

- Définir sa présence social média.
- De la stratégie à la mise en œuvre.
- Appliquer sa stratégie communautaire.

Module 8 - Animer sa communauté en ligne (2 jours)

- Appréhender la notion de communauté.
- Déterminer le profil du community manager.

- Identifier les missions du CM.
- Animer sa communauté.

Module 9 - Droit et presse en ligne (1 jour)

- **E-learning** Le droit de la presse.
- Respecter les droits d'auteur sur internet.
- Éviter les délits de presse sur internet.
- Être sensibilisé au droit à l'image des personnes.
- Qui est responsable des contenus mis en ligne ?

Module 10 - Droit et réseaux sociaux (1 jour)

- Éviter les risques juridiques.
- La responsabilité et la mise en ligne de contenus.
- Les précautions juridiques.

Module 11 - Événementialiser sa présence sur les réseaux sociaux (2 jours)

- Définir ce qu'est le partenariat de contenu.
- Mettre en place des partenariats contenus/réseaux.
- Créer des temps forts multiréseaux.
- Mettre en scène ce nouvel UGC et créer une nouvelle audience.

Module 12 - Évaluer ses actions éditoriales de community manager (3 jours)

- Pourquoi et comment mesurer ses actions ?
- Qu'est-ce que le succès sur les réseaux sociaux ?
- Maîtriser sa e-réputation.
- Plongée dans les outils de reporting.

➔ **Travail en atelier en situation réelle**

Module 13 - Pitcher son sujet (0,5 jour)

- Petite histoire du pitch.
- Les grandes règles du pitch.

Module 14 - Soutenance devant le jury (1 jour)

- Présentation d'un travail d'analyse d'une stratégie communautaire de média.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Être journaliste dans un média.

MODALITÉS D'INSCRIPTION

- Remplir le dossier de candidature complété de votre CV et d'une lettre de motivation présentant votre projet professionnel.
- Frais de dossier : 46 € TTC.

DIPLÔME RNCP

À l'issue de 22 jours de formation, chaque participant pourra présenter un travail de réflexion sur la stratégie communautaire du site d'information de son choix et le soutenir devant un jury de professionnels, en vue d'obtenir le titre de « Journaliste » option « Community manager », inscrit au Répertoire National des Certifications Professionnelles, niveau II, VAE intégrée. L'obtention du diplôme est liée aux résultats obtenus pendant la formation et lors du passage devant ce jury.

CFPJ BOX

- e-learning
- e-communauté
- e-ressources
- classe vidéo



23 jours - 161 heures

code : 46061

prix : 7 950 € HT

prix pour les particuliers : 7 950 € TTC

Paris

- le 22/2/2016
puis du 29/2 au 2/3/2016
puis les 21 et 22/3/2016
puis les 18 et 19/4/2016
puis du 18 au 20/5/2016
puis les 9 et 10/6/2016
puis les 4 et 5/7/2016
puis les 21 et 22/7/2016
puis les 22 et 23/8/2016
puis du 21 au 23/9/2016
puis le 20/10/2016
Jury : le 21/10/2016
- le 12/9/2016
puis du 19 au 21/9/2016
puis les 13 et 14/10/2016
puis du 2 au 4/11/2016
puis les 21 et 22/11/2016
puis les 15 et 16/12/2016
puis les 9 et 10/1/2017
puis les 30 et 31/2017
puis les 23 et 24/2/2017
puis du 15 au 17/3/2017
puis le 18/4/2017
Jury : le 19/4/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

Retrouvez le programme complet sur www.cfpj.com

POUR ALLER PLUS LOIN

Trois formations complémentaires :

- Optimiser ses contenus éditoriaux sur second écran *page 108*
- Maîtriser les Google Analytics *page 109*
- Créer et animer un blog dans sa rédaction *page 79*



AMBASSEUR

Jean-Noël Buisson | Responsable Social Média, Europe 1

Credit photo : JNB

« Écouter ce qu'ont à nous dire les communautés de lecteurs et valoriser le travail des rédactions en le diffusant au plus grand nombre, voilà pourquoi il faut se former au community management ! »



JOURNALISTE DE DESK WEB

Objectif Maîtriser des logiciels de production de contenus, s'appuyer sur les réseaux sociaux, éditer et publier au sein d'un SR web.



Module 1 - Introduction au journalisme numérique

- **E-learning** Les techniques d'écriture.
- **Classe vidéo.**
- **E-ressources** Introduction au numérique.

Module 2 - Gagner en agilité numérique (3 jours)

- Naviguer sur internet.
- Publier sur le web.
- Protéger ses données et ses sources.

Module 3 - Veille et recherche d'informations sur internet (2 jours)

- Rechercher sur le web.
- Décrypter un contenu web pour valider ses sources.
- Pratiquer une veille efficace.

Module 4 - Découvrir Twitter et Facebook (2 jours)

- Utiliser Facebook sur le plan éditorial.
- Utiliser Twitter sur le plan journalistique.
- Les outils complémentaires à connaître.

Module 5 - Vérifier les informations issues du web (1 jour)

- Identifier et évaluer la crédibilité d'un producteur de contenus.
- Contextualiser et recouper l'information.
- Authentifier une image, une vidéo.
- Repérer les fakes et les hoax.

Module 6 - Rédiger pour le web (2 jours)

- Mesurer l'impact de la lecture à l'écran sur la rédaction des contenus.
- Organiser l'information.
- Travailler la lisibilité d'un texte.
- Enrichir son article et le mettre en ligne.

Module 7 - L'édition pour le web (3 jours)

- Intégrer les particularités de l'information sur le web.
- Cerner le rôle du SR sur le web : les spécificités du SR sur le web, organiser et hiérarchiser l'information sur le web, mettre en place des process pour gérer les flux de contenus.
- Maîtriser les principes du référencement.
- L'habillage éditorial pour le web.

Module 8 - Droit et presse en ligne (1 jour)

- **E-learning** Le droit de la presse. Maîtriser les principes généraux du droit de la presse.
- Respecter les droits d'auteur sur internet.
- Éviter les délits de presse sur internet.
- Être sensibilisé au droit à l'image des personnes.
- Qui est responsable des contenus mis en ligne ?

Module 9 - Droit et réseaux sociaux (1 jour)

- Éviter les risques juridiques.
- La responsabilité et la mise en ligne de contenus.
- Les précautions juridiques.

Module 10 - La boîte à outils du journaliste numérique (3 jours)

- Identifier et exploiter les bons outils.
- Réaliser une carte interactive, une infographie, une image interactive, une frise chronologique interactive.

Module 11 - La boîte à outils HTML du journaliste (2 jours)

- Connaître les principaux langages de programmation internet.
- Comprendre le fonctionnement d'un site internet.
- Créer une page HTML.
- Entrer dans le code source d'une page.

Module 12 - Pitcher son sujet (0,5 jour)

- Petite histoire du pitch.
- Les grandes règles du pitch.

Module 13 - Soutenance devant le jury (2 jours)

- Une journée : mise en situation réelle de traitements multimédias appliqués à l'information.
- Une journée : soutenance devant le jury.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Être journaliste dans un média.

MODALITÉS D'INSCRIPTION

- Remplir le dossier de candidature complété de votre CV et d'une lettre de motivation présentant votre projet professionnel.
- Frais de dossier : 46 € TTC.

DIPLÔME RNCP

À l'issue de 21 jours de formation, chaque participant sera mis en situation réelle pour éditer et enrichir des articles, réaliser des objets multimédias qu'il pourra présenter ensuite devant un jury de professionnels, en vue d'obtenir le titre de « Journaliste » option « Journaliste de desk web », inscrit au Répertoire National des Certifications Professionnelles, niveau II, VAE intégrée. L'obtention du diplôme est liée aux résultats obtenus pendant la formation et lors du passage devant ce jury.

CFPJ BOX

- e-learning
- e-communauté
- e-ressources
- classe vidéo



23 jours - 161 heures

code : 46062

prix : 8 165 € HT

prix pour les particuliers : 8 165 € TTC

Paris

- le 19/2/2016 puis du 29/2 au 2/3/2016 puis les 21 et 22/3/2016 puis les 18 et 19/4/2016 puis du 18 au 20/5/2016 puis du 6 au 8/6/2016 puis les 30/6 et 1/7/2016 puis du 20 au 22/7/2016 puis les 25 et 26/8/2016 puis les 19 et 20/9/2016 Jury : le 21/9/2016
- le 14/9/2016 puis du 19 au 21/9/2016 puis les 13 et 14/10/2016 puis du 2 au 4/11/2016 puis les 24 et 25/11/2016 puis du 12 au 14/12/2016 puis les 3 et 4/1/2017 puis du 25 au 27/1/2017 puis les 23 et 24/2/2017 puis les 20 et 21/3/2017 Jury : le 22/3/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

POUR ALLER PLUS LOIN

Trois formations complémentaires :

- Les outils photo en ligne *page 96*
- Dénicher et exploiter des vidéos sur le web *page 106*
- Les outils du web au service de l'enquête *page 61*



AMBASSADRICE

Elsa Maudet | Journaliste web, libération.fr

Crédit photo : Anthony Micallef

« C'est important de se former au desk web pour acquérir une polyvalence de plus en plus indispensable dans les rédactions aujourd'hui. Et pour apprendre à être à l'aise avec un univers qui est devenu un véritable terrain d'investigation. »

Retrouvez le programme complet sur www.cfpj.com



JOURNALISTE DE DONNÉES



Objectif Maîtriser les outils, connaître les compétences à agréer et acquérir la méthodologie pour développer un projet éditorial en datajournalisme.



Module 1 - Introduction au journalisme de données

- **Classe vidéo.**
- **E-ressources** Introduction au numérique.

Module 2 - Veille et recherche d'informations (2 jours)

- Rechercher sur le web.
- Décrypter un contenu pour valider ses sources.
- Pratiquer une veille efficace.

Module 3 - Vérifier les informations issues du web (1 jour)

- Identifier et évaluer la crédibilité d'un producteur de contenus.
- Contextualiser et recouper l'information.
- Authentifier une image, une vidéo.
- Repérer les fakes et les hoax.

Module 4 - L'outil du datajournaliste : le tableur (1 jour)

- Découvrir les règles de base du tableur.
- Utiliser les formules de calcul essentielles.
- Prévisualiser avec la fonction graphique.
- Google spreadsheet.

Module 5 - Trouver et questionner les données (1 jour)

- Les principales sources de statistiques.
- Se constituer ses propres librairies de données.
- L'Open Data.

Module 6 - Extraire la donnée (1 jour)

- Extraire depuis un site web, un PDF, à partir d'un scan.

Module 7 - Nettoyer les données brutes (1 jour)

- Les fonctions de nettoyage d'Excel.
- Utiliser Open Refine, Google Fusion Tables.

Module 8 - Rédiger pour le web (2 jours)

- Mesurer l'impact de la lecture à l'écran.
- Organiser l'information.
- Travailler la lisibilité d'un texte.
- Enrichir son article et le mettre en ligne.

Module 9 - Préparer un brief pour un infographiste (1 jour)

- Connaître les bases de l'infographie.
- Trouver un angle, une histoire à partir d'une base de données.
- Élaborer le brief pour un infographiste.

Module 10 - La boîte à outils HTML du journaliste (2 jours)

- Connaître les principaux langages de programmation internet.
- Créer une page HTML.
- Entrer dans le code source d'une page.

Module 11 - Raconter des histoires avec des graphiques interactifs simples (1 jour)

- Les principaux outils de graphes interactifs.
- S'initier à des outils plus narratifs.
- Travailler la sémantique.

Module 12 - Produire des graphiques complexes (1 jour)

- Découvrir le Tableau public.
- Réaliser des graphes relationnels : Raw.

Module 13 - Cartographier : poser des indicateurs sur une carte (1 jour)

- Les concepts de base.
- Google maps, Google Fusion Tables, CartoDB.
- Concevoir un récit cartographique.

Module 14 - Protéger ses sources en environnement numérique (2 jours)

- Comprendre ce que change l'environnement numérique sur ses sources et ses données.
- Principes de sécurité numérique.

Module 15 - Réaliser une enquête de datajournalisme (3 jours)

- Recherche des sources de données.
- Affiner son angle.
- Storyboard : écrire et « dessiner » son enquête.
- Réaliser le projet interactif.

Module 16 - Datavisualiser l'actualité, un événement (1 jour)

- Les cas des publications d'actualité.
- Une enquête publiée en série.
- Une web application événementielle.

Module 17 - Optimiser son référencement naturel (1 jour)

- À quoi sert le référencement naturel ?
- Mettre en place une stratégie de viralisation de ses contenus.
- Développer sa notoriété.
- Mesurer l'efficacité de sa stratégie.

Module 18 - Pitcher son sujet en datajournalisme (1 jour)

- Les particularités du pitch sur un sujet éditorial traité à partir de bases de données.
- Le choix des mots et des visuels.

Module 19 - Soutenance devant un jury professionnel (1 jour)

- Présentation des travaux réalisés en datajournalisme.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias, débutants dans le datajournalisme.

PRÉREQUIS

Il est nécessaire de maîtriser les fondamentaux des techniques rédactionnelles.

MODALITÉS D'INSCRIPTION

- Remplir le dossier de candidature complété de votre CV et d'une lettre de motivation présentant votre projet professionnel.
- Frais de dossier : 46 € TTC.

DIPLÔME RNCP

À l'issue des 23 jours de formation, chaque participant pourra présenter ses travaux de datajournalisme et le soutenir devant un jury de professionnels, en vue d'obtenir le titre de « Journaliste » option « Datajournaliste », inscrit au Répertoire National des Certifications Professionnelles, niveau II, VAE intégrée. L'obtention du diplôme est liée aux résultats obtenus pendant la formation et lors du passage devant ce jury.

CFPJ BOX

- e-learning
- e-communauté
- e-ressources



24 jours - 168 heures

code : 46038
prix : 8 510 € HT
prix pour les particuliers : 8 510 € TTC

Paris

- le 25/1/2016
puis du 1 au 3/2/2016
puis les 1, 8 et 15/3/2016
puis du 29 au 31/3/2016
puis du 12 au 14/4/2016
puis les 3 et 10/5/2016
puis du 17 au 19/5/2016
puis du 31/5 au 2/6/2016
puis le 14/6/2016
puis les 27 et 28/6/2016
Jury : le 12/7/2016
- le 22/8/2016
puis du 24 au 26/8/2016
puis les 13, 20 et 27/9/2016
puis le 11/10/2016
puis les 20 et 21/10/2016
puis du 25 au 27/10/2016
puis les 15 et 22/11/2016
puis le 22/11/2016
puis du 29 au 30/11/2016
puis du 6 au 8/12/2016
puis le 13/12/2016
puis les 9 et 10/1/2017
Jury : le 26/1/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81
Demande intra : intramedias@cfpj.com

En partenariat avec

WEDODATA

Retrouvez le programme complet sur www.cfpj.com



DEVENIR JOURNALISTE



Objectif Maîtriser la démarche et les techniques journalistiques, adopter les comportements professionnels pour exercer dans une rédaction.



Module 1 - Accueil et présentation

- **Classe vidéo.**
- **E-ressources** Panorama des médias.

Module 2 - Découvrir l'univers du journalisme (3 jours)

Module 3 - Les sources d'information des journalistes (2 jours)

Module 4 - Gagner en agilité numérique (3 jours)

Module 5 - Veille et recherche d'informations sur internet (2 jours)

Module 6 - Découvrir Twitter et Facebook (2 jours)

Module 7 - Vérifier les informations issues du web (1 jour)

Module 8 - Éthique et déontologie (1 jour)

Module 9 - Droit de la presse (2 jours)

Module 10 - Écrire pour être lu (10 jours)

Module 11 - Réussir sa prise de notes (1 jour)

Module 12 - Réussir son interview (4 jours)

Module 13 - Optimiser son référencement naturel (1 jour)

Module 14 - Rédiger pour le web (2 jours)

Module 15 - Le titre : tout un art (2 jours)

Module 16 - Les bases de la photo de presse (5 jours)

Module 17 - Le droit de l'image (1 jour)

Module 18 - Trouver des angles print et web (2 jours)

Module 19 - Réussir son reportage (4 jours)

Module 20 - Les fondements du SR (5 jours)

Module 21 - Indesign niveau 1 (5 jours)

Module 22 - Les fondamentaux de la maquette (3 jours)

Module 23 - Journal-école (5 jours)

Module 24 - La boîte à outils du journaliste numérique (3 jours)

Module 25 - La boîte à outils HTML du journaliste (2 jours)

Module 26 - Maîtriser les techniques de l'édition (2 jours)

Module 27 - Prendre, monter et éditer du son pour le web (2 jours)

Module 28 - Droit et presse en ligne (1 jour)

Module 29 - Réaliser un diaporama (2 jours)

Module 30 - Obtenir une copie sans faute (2 jours)

Module 31 - Améliorer son rewriting (3 jours)

Module 32 - Rédiger un synopsis en presse écrite (1 jour)

Module 33 - Concevoir un reportage vidéo pour le web (5 jours)

Module 34 - Les outils du web au service de l'enquête (3 jours)

Module 35 - Mener une enquête (5 jours)

Module 36 - Journal-école (5 jours)

Module 37 - Vendre ses piges (1 jour)

Module 38 - Pitcher son sujet (0,5 jour)

Module 39 - Soutenance devant le jury (1 jour)

PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience dans la publication d'une information.

PÉDAGOGIE

Présentations, rencontres, nombreux travaux pratiques, mises en situations réelles.

MODALITÉS D'INSCRIPTION

Remplir le dossier de candidature, complété de votre CV et d'une lettre de motivation présentant votre projet professionnel. Frais de dossiers: 46 € TTC.

DIPLÔME RNCP

À l'issue de 104 jours de formation, chaque participant pourra se présenter devant un jury de professionnels en vue d'obtenir le titre de « Journaliste » inscrit au Répertoire National des Certifications Professionnelles, niveau II, VAE intégrée. L'obtention du diplôme est liée aux résultats obtenus pendant la formation et lors du passage devant le jury.

105 jours au 735 heures

code : 94410
prix : 14 990 € HT
prix pour les particuliers : 14 990 € TTC

Paris

- du 27/1 au 6/7/2016
- du 2/11/2016 au 28/4 2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

Retrouvez le programme complet sur www.cfpj.com



JOURNALISTE REPORTER D'IMAGES TV, WEB ET DIGITAL

Objectif Maîtriser les techniques de prise de vue et réaliser de façon autonome un reportage TV, de la préparation au mixage du sujet.



Module 1 - Découvrir le journalisme TV (3 jours)

- L'environnement télévisuel.
- Les genres et les formats journalistiques en télévision.
- Le fonctionnement d'une rédaction TV.

Module 2 - Présenter et vendre ses sujets à un diffuseur (2 jours)

- La pige à la télévision.
- Le choix du sujet.
- La rédaction du synopsis.
- Vendre son sujet à un diffuseur.

Module 3 - Montage : l'art de raconter en images (2 jours)

- La composition de l'image.
- Le rythme du montage.
- L'analyse critique des rushes.

Module 4 - S'initier à la technique de la caméra et à la prise de vue (10 jours)

- Prendre en main la caméra.
- La grammaire de l'image (cadrage, découpage, valeurs de plans).
- La prise de son.
- La technique de l'interview.
- La construction du reportage.

Module 5 - Maîtriser le maniement de la caméra (3 jours)

- Tourner plus efficacement.
- Maîtriser la narration par l'image.
- Bien construire ses séquences.

Module 6 - JRI : maîtriser la chaîne de production en autonomie (2 jours)

- Bien comprendre l'environnement informatique du JRI.
- Les formats d'images, de l'import à l'export.
- Mise en place d'une méthodologie pour gérer ses rushes et ses archives.

Module 7 - Prendre en main Final Cut (5 jours)

- Prendre en main Final Cut.
- Les règles de base du montage numérique.

Module 8 - Concevoir un reportage pour la télévision (5 jours)

- Préparation du reportage.
- Le tournage sur le terrain.
- Le commentaire sur image, le montage et le visionnage critique.

Module 9 - Maîtriser le commentaire sur image (5 jours)

- Le rapport texte/image.
- Le travail de la voix (avec un comédien).

Module 10 - Enquête, sources et fact checking sur le web (3 jours)

- Rechercher des témoins et des experts.
- Infiltrer les communautés sur les réseaux sociaux.
- Le fact checking.

Module 11 - JRI en solo (5 jours)

- Devenir un JRI polyvalent pour le web et pour la télé.
- Tourner seul un sujet.
- Anticiper les difficultés sur le terrain.
- Monter et mixer seul son sujet.

Module 12 - Le droit de l'image (1 jour)

- L'image et le droit au respect de la vie privée.
- L'image en dehors de la vie privée.
- Captation et liberté d'expression.
- **E-learning** La liberté d'information et de création (droit de la presse, droit d'auteur, droit à l'image).

Module 13 - Le dossier JT (5 jours)

- Réalisation de sujets complets.
- Visionnage critique.

Module 14 - Les autres sujets (13 jours)

- Réalisation de sujets news, de mag et de JT.
- Préparation du jury.

Module 15 - Jury de fin de formation (1 jour)

Module 16 - Stage (4 semaines)

- Stage d'application de quatre semaines dans une rédaction.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias, photographes de presse.

PÉDAGOGIE

Pratique intensive.
Un stage de quatre semaines dans une rédaction à l'issue de la formation.

PRÉREQUIS

Justifier d'une expérience de plusieurs années dans un média.

MODALITÉS D'INSCRIPTION

- Dépôt de candidature au moins 4 mois avant le début de la formation.
- Remplir et retourner le dossier de candidature complété d'un CV et d'une lettre de motivation.
- Frais de dossier : 46 € TTC.

DIPLÔME RNCP

À l'issue de 64 jours de formation, chaque participant pourra présenter en jury des sujets qu'il aura réalisés pendant la formation en vue d'obtenir le titre de « Journaliste » option « Journaliste reporter d'images », inscrit au Répertoire National des Certifications Professionnelles, niveau II, VAE intégrée. L'obtention du diplôme est liée aux résultats obtenus pendant la formation et lors du passage devant ce jury.

65 jours - 455 heures

code : 45020
prix : 15 030 € HT
prix pour les particuliers : 15 030 € TTC

Paris
du 11/4 au 8/7/2016
du 7/11/2016 au 20/1/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81
Demande intra : intramedias@cfpj.com

POUR ALLER PLUS LOIN

Trois formations complémentaires :

- Réaliser un reportage en zone sensible *page 87*
- Tourner et réaliser avec des drones *page 93*
- Couvrir un événement dans une meute de journalistes *page 99*



RÉDACTEUR TV MULTISUPPORT

Objectif Acquérir les techniques de base du commentaire sur image, du reportage terrain et du comportement devant la caméra.



Module 1 - Découvrir le journalisme TV (3 jours)

- L'environnement télévisuel.
- Les genres et les formats journalistiques en télévision.
- Le fonctionnement d'une rédaction TV.

Module 2 - Montage : l'art de raconter en images (2 jours)

- La composition de l'image.
- Le rythme du montage.
- L'analyse critique des rushes.

Module 3 - Maîtriser le commentaire sur image (5 jours)

- Le rapport texte/image.
- Le travail de la voix (avec un comédien).

Module 4 - Concevoir un reportage pour la télévision (5 jours)

- Préparation du reportage.
- Le tournage sur le terrain.
- Le commentaire sur image, le montage et le visionnage critique.

Module 5 - Prendre en main Final Cut (5 jours)

- Prise en main du logiciel Final Cut.
- Ses fonctionnalités.
- Les principes du montage narratif.

Module 6 - Tenir une édition spéciale sur le terrain (2 jours)

- Découvrir l'édition spéciale et ses impératifs.
- Tenir l'antenne et gérer une édition spéciale.

Module 7 - Enquête, sources et fact checking sur le web (3 jours)

- Rechercher des témoins et des experts.
- Infiltrer les communautés sur les réseaux sociaux.
- Le fact checking.

Module 8 - Tourner avec son smartphone (2 jours)

- Les techniques de prise de vue avec un téléphone portable.
- De la réalisation d'un reportage au montage jusqu'à la mise en ligne.

Module 9 - Réaliser un sujet magazine (5 jours)

- Les différentes étapes de la réalisation d'un sujet magazine.
- Le tournage des séquences et la gestion des imprévus.
- Le plan de montage.

Module 10 - Maîtriser un sujet magazine (5 jours)

- Adapter le rythme de tournage.
- Travailler en équipe.
- Mixage, étalonnage, habillage.

Module 11 - Présenter et vendre ses sujets à un diffuseur (2 jours)

- La pige à la télévision.
- Le choix du sujet.
- La rédaction du synopsis.
- Vendre son sujet à un diffuseur.

Module 12 - Enquêter à la télévision (3 jours)

- Les différents types d'enquête.
- La préparation et la construction du projet.
- Le tournage et le montage.

Module 13 - Le droit de l'image (1 jour)

- L'image et le droit au respect de la vie privée.
- L'image en dehors de la vie privée.
- Captation et liberté d'expression.
- **E-learning** La liberté d'information et de création (droit de la presse, droit d'auteur, droit à l'image).

Module 14 - Présenter des flashes et des journaux TV (3 jours)

- L'écriture de brèves.
- La présentation des flashes et des journaux.
- Le comportement en plateau.

Module 15 - Le plateau de situation : être à l'aise devant la caméra (2 jours)

- Les règles du comportement devant la caméra.
- Le rôle du plateau de situation.

Module 16 - Maîtriser l'interview à la télévision (3 jours)

- Préparer l'interview.
- Conduire l'interview.
- Respecter le temps imparti.

Module 17 - Animer un débat à la télévision (1 jour)

- Préparer le débat, se documenter.
- Mettre en scène le débat.
- Garder la maîtrise.

Module 18 - Production d'un JT quotidien (3 jours)

- Conférence de rédaction.
- Préparation et réalisation d'un JT.

Module 19 - Préparation du jury (4 jours)

- Finalisation des travaux présentés.
- Débriefing de fin de formation.
- Soutenance devant un jury.

Module 20 - Stage (4 semaines)

- Stage d'application de quatre semaines dans une rédaction.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Être journaliste dans un média.

MODALITÉS D'INSCRIPTION

- Remplir le dossier de candidature complété de votre CV et d'une lettre de motivation présentant votre projet professionnel.
- Frais de dossier : 46 € TTC.

DIPLÔME RNCP

À l'issue de 59 jours de formation, chaque participant pourra présenter en jury des sujets qu'il aura réalisés pendant la formation en vue d'obtenir le titre de « Journaliste » option « Journaliste rédacteur reporter TV », inscrit au Répertoire National des Certifications Professionnelles, niveau II, VAE intégrée. L'obtention du diplôme est liée aux résultats obtenus pendant la formation et lors du passage devant ce jury.

60 jours - 420 heures

code : 45019

prix : 14 035 € HT

prix pour les particuliers : 14 035 € TTC

Paris

- du 29/2 au 20/5/2016
- du 29/8 au 18/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

POUR ALLER PLUS LOIN

Trois formations complémentaires :

- Réaliser une infographie pour enrichir son sujet *page 97*
- Dénicher et exploiter des vidéos sur le web *page 106*
- Présenter une tranche d'information en télévision *page 88*



JOURNALISTE RADIO PLURIMÉDIA

Objectif Acquérir les techniques de l'écriture radio et utiliser le son au service de l'information, du reportage sur le terrain à l'intervention en studio.



Module 1 - Découvrir le journalisme radio (5 jours)

- Panorama des radios généralistes et les enjeux du numérique.
- Le fonctionnement et l'organisation d'une rédaction radio.
- Le lexique de la radio.
- Les spécificités de l'écriture radio.
- Présentation : flashs, journaux et papiers.
- Les formats journalistiques radios : la chronique, l'interview, le reportage, le débat, l'insert téléphonique...
- Les formats numériques et l'enrichissement de la radio sur le web.

Module 2 - Le reportage à la radio (5 jours)

- Les fondamentaux du reportage et de la prise de sons.
- Définir et valider des angles du sujet.
- L'écriture spécifique du reportage et du magazine (l'importance de l'attaque et de la chute).
- Raconter une histoire sonore en « couleurs ».
- Choisir les bons sons pour alimenter un reportage.

Module 3 - Maîtriser le montage son numérique (1 jour)

- Les fonctionnalités du logiciel de montage.
- Le montage sur Nagra sur le terrain.
- Le montage sur Netia à la rédaction.

Module 4 - Perfectionnement au montage numérique (4 jours)

- L'utilisation pertinente des sons d'ambiance.
- Le mixage et les niveaux sonores.
- La maîtrise du multipiste.
- Écrire son lancement.

Module 5 - Maîtriser les techniques du reportage radio (5 jours)

- Les bons réflexes à adopter sur le terrain.
- Appréhender l'environnement.
- Trouver la meilleure situation pour faire des sons.
- Observer, écouter.
- Repérer à chaud les sons à conserver.
- Conserver le lien avec la rédaction.
- Travailler avec des confrères sur le terrain.
- Faire vivre les sons et varier les profils des interlocuteurs.
- Gérer le temps du reportage en fonction de la commande.
- Anticiper le temps du montage.
- Monter son reportage et intégrer la dimension plurimédia.
- Écrire son lancement.
- L'édition multisupport et l'enrichissement du reportage sur le numérique : vidéos, infographies animées, publications sur les réseaux sociaux.

Module 6 - Les clés pour conduire une interview (3 jours)

- Les différents types d'interviews : la polémique, la confession, le témoignage.
- Bien préparer son interview.
- L'interview en direct en studio.
- Maîtriser l'improvisation et le timing de l'interview.
- Rebondir sur les propos.

Module 7 - Chronique radio : trouver son style (2 jours)

- Le thème, la structure, l'habillage.
- Le travail de la voix (avec un comédien).

Module 8 - La radio et le web (2 jours)

- Organiser sa veille sur Internet.
- Vérifier et recouper les infos issues du web.
- Penser en amont un reportage en intégrant la dimension plurimédia.
- L'édition radio, la radio filmée et les nouveaux formats numériques.

Module 9 - Maîtriser l'interactivité avec les auditeurs (1 jour)

- Gestion de l'audience sur les réseaux sociaux et de l'interactivité avec les auditeurs.

Module 10 - Présenter des flashs et des journaux TV (3 jours)

- Hiérarchiser l'information.
- Rédiger des brèves claires et attractives.
- Trouver le ton de ses lancements.
- Enrichir son style.
- Écrire vite.
- Travailler sa voix
- Appliquer les techniques de l'acteur.

Module 11 - Animer une tranche d'info en direct (5 jours)

- Comprendre le fonctionnement d'une tranche d'information.
- Préparer et construire la tranche d'information.
- Animer la tranche d'information.

Module 12 - Couvrir un événement en direct à la radio (2 jours)

- Préparer la couverture en direct d'un événement.
- Mener un direct vivant et pertinent.

Module 13 - Préparation du jury (1 jour)

- Finalisation des travaux présentés.
- Debriefing de fin de stage.

Module 14 - Jury de fin de formation (1 jour)

- Les participants présentent leurs travaux réalisés pendant la formation.

Module 15 - Stage (4 semaines)

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PÉDAGOGIE

Pratique intensive.
Stage de quatre semaines dans une rédaction à l'issue de la formation.

PRÉREQUIS

Justifier d'une expérience de plusieurs années dans un média.

MODALITÉS D'INSCRIPTION

- Dépôt de candidature au moins 4 mois avant le début de la formation.
- Remplir et retourner le dossier de candidature complété d'un CV et d'une lettre de motivation.
- Frais de dossier : 46 € TTC.

DIPLÔME RNCP

À l'issue de 39 jours de formation, chaque participant pourra présenter en jury des sujets qu'il aura réalisés pendant la formation en vue d'obtenir le titre de « Journaliste » option « Journaliste radio », inscrit au Répertoire National des Certifications Professionnelles, niveau II, VAE intégrée. L'obtention du diplôme est liée aux résultats obtenus pendant la formation et lors du passage devant ce jury.

40 jours - 280 heures

code : 44015
prix : 12 825 € HT
prix pour les particuliers : 12 825 € TTC

Paris

du 1/2 au 25/3/2016
du 5/9 au 28/10/2016
du 30/1 au 24/3/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

POUR ALLER PLUS LOIN

Deux formations complémentaires :

- Voix et écriture - Niveau 2 page 89
- Animer une tranche d'info en direct page 70



JOURNALISTE PRESSE ÉCRITE ET EN LIGNE

Objectif Acquérir la méthodologie et la déontologie, maîtriser les outils pour devenir journaliste multimédia.



Contrat de professionnalisation de 2 ans

Module 1 - Les techniques de base

- Le message essentiel.
- L'angle.
- La hiérarchisation de l'information.
- Les sources et la déontologie.
- Les genres journalistiques.

Module 2 - L'édition

- Le titre.
- Le chapô, l'intertitre, la légende.
- L'articulation des éléments de la titraille.
- Le rapport texte/photo.
- L'édition sur le web.

Module 3 - L'interview

- La préparation de l'interview.
- La conduite de l'interview.
- La transcription écrite des propos oraux.
- Les particularités de l'interview réalisée pour le web.

Module 4 - La lisibilité

- La qualité d'écriture.
- Le soin apporté au vocabulaire, à la construction des phrases.
- L'art de la coupe.
- La lisibilité des articles destinés au web.

Module 5 - Le reportage (1)

- Le travail préparatoire au reportage.
- Le travail sur le terrain.
- La rédaction du reportage.

Module 6 - L'agilité numérique

- Initiation à la culture web.
- Rédiger pour le web.
- La boîte à outils du journaliste numérique.

Module 7 - Le portrait

- Le travail préparatoire au travail du portrait.
- La notion d'angle dans le portrait.
- La rédaction du portrait.

Module 8 - La photo

- Connaître les paramètres techniques.
- Se familiariser avec les valeurs de plans.
- La photo sur le web.

Module 9 - Le reportage (2)

- Le travail de préparation.
- Le travail sur le terrain.
- La rédaction du reportage magazine.

Module 10 - Atelier d'écriture

- Entraînement à la créativité.
- Travailler son style, muscler ses verbes.
- Traquer tics, lourdeurs et redondances.
- Densifier son écriture.

Module 11 - Le dossier

- Réfléchir et travailler à plusieurs sur un même sujet.
- La construction d'un dossier.
- Le travail sur les angles majeurs et les angles complémentaires.

Module 12 - InDesign

- Découverte du logiciel de mise en pages.
- Initiation aux fonctionnalités.
- Application au secrétariat de rédaction.

Module 13 - Le journal-école

Module 14 - Les faits divers

- Connaître l'organisation de la police, de la gendarmerie et de la sécurité civile.
- Le travail du fait diversier.
- Le lien avec les sources, la vérification de l'information.
- Le traitement du fait divers.

Module 15 - L'information judiciaire et le droit de la presse

- Les compétences des différents tribunaux.
- Les acteurs du secteur judiciaire.
- Le traitement de l'information judiciaire.
- Les principales notions du droit de la presse.

Module 16 - Podcast, vidéocast

- Penser un sujet image pour le multimédia.
- Raconter une histoire en son et en images.
- Initiation aux techniques de prise de son.
- Initiation au reportage vidéo pour le web.
- Initiation au montage.

Module 17 - L'enquête

- Méthodologie et technique de travail pour faire l'enquête.
- La recherche d'information pour nourrir l'enquête.
- La structuration de son article.
- La rédaction et l'édition de l'enquête.

Module 18 - Environnement professionnel et recherche d'emploi

- Le marché de l'emploi chez les journalistes.
- Atelier CV et entretien d'embauche.
- Démarcher pour vendre ses piges.
- Utiliser les réseaux sociaux pour créer sa veille emploi.

Module 19 - L'information économique et sociale

- Les principales notions économiques.
- Comprendre les grands enjeux.
- Apprendre à chercher des angles économiques.
- Le travail sur le terrain.

Module 20 - Le journal d'application

- Pendant deux semaines, en partenariat avec un média, avec publication ou mise en ligne.

Module 21 - Jury de validation

PUBLIC CONCERNÉ

Jeunes de moins de 26 ans ou demandeurs d'emploi de plus de 26 ans.

PRÉREQUIS

Avoir réussi un test d'évaluation de niveau et suivi un entretien de motivation au CFPJ. Avoir trouvé une rédaction d'accueil.

DIPLÔME RNCP

À l'issue de la formation, chaque participant a la possibilité de passer devant un jury de professionnels en vue d'obtenir le titre de « Journaliste », option « Presse écrite et en ligne », inscrit au Répertoire National des Certifications Professionnelles, niveau II, V.A.E. intégrée. L'obtention du diplôme est liée aux résultats obtenus pendant la formation et lors du passage devant ce jury.

MODALITÉS D'INSCRIPTION

Renseignements et envoi de votre CV : Bernadette LESCURE
Tél. : 01 44 82 20 32
E-mail : blescure@cfpj.com

130 jours - 910 heures

code : 94095

Prix réglementé par l'organisme financeur

Rythme de formation : 10 jours toutes les 5 semaines

Ouverture d'un groupe tous les 2 mois

Retrouvez le programme complet sur www.cfpj.com



JOURNALISTE RADIO ET EN LIGNE

Objectif Acquérir les techniques de recherche de l'information, d'écriture, de rédaction. Travail de la voix : du flash au papier en direct, du journal au magazine, de la prise de son au montage numérique.



Contrat de professionnalisation de 2 ans

Module 1 - L'acquisition des bases journalistiques

- Niveaux et seuils de lecture.
- Hiérarchie de l'information.

Module 2 - L'accroissement de la lisibilité

- Écrire pour l'oreille.
- Atelier lisibilité et restructuration de papiers.

Module 3 - La recherche de sources et la vérification des informations

- Atelier de recherche de sources et de vérification des informations.
- Les sources sonores.

Module 4 - Initiation au montage numérique

- Prise en main des logiciels.
- Les aspects journalistiques du montage.

Module 5 - Connaissance de l'environnement professionnel

- Économie des médias.
- Le statut de journaliste.

Module 6 - Initiation aux techniques d'écriture

- Entraînement à la créativité.
- Écriture « à la manière de ».

Module 7 - Atelier d'écriture radio

- Flashs, titres et lancements.
- Le travail de la voix : débit et intonation.

Module 8 - Les techniques de prise de son

- L'utilisation du Nagra.
- Les sons d'ambiance.

Module 9 - L'interview radio

- Les différents types d'interviews.
- Les différents types d'invités.

Module 10 - Flashs et journaux

- Construire un conducteur.
- L'expérience du direct.

Module 11 - Reportage, enquête et magazine

- Angles, formats et construction.
- Les interlocuteurs et les ambiances.

Module 12 - Écriture pour le web

- Angles, formats et construction.
- Les interlocuteurs et les ambiances.

Module 13 - Podcast, vidéocast

- Penser un sujet pour le multimédia.
- L'enrichissement des contenus.

Module 14 - Le traitement des faits divers et du judiciaire

- Les interlocuteurs, le contexte.
- Analyse de sujets et de traitements.

Module 15 - Le traitement de l'information politique et économique

- Les interlocuteurs, le contexte.
- Analyse de sujets et de traitements.

Module 16 - Le traitement de l'information sportive

- Les interlocuteurs, le contexte.
- Le direct sportif à la radio.

Module 17- La maîtrise du direct

- L'improvisation.
- La gestion du stress, des incidents.

Module 18 - Le travail en radio locale

- Les liens avec le tissu social.
- La nécessité de la polyvalence.

Module 19 - Le journal d'application

- Production d'un journal quotidien pendant deux semaines.

Module 20 - Jury de validation

- Jury de validation pour l'obtention du certificat de professionnalisation

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes recrutés en contrat de professionnalisation dans une station de radio.

PRÉREQUIS

Bénéficier d'une promesse d'engagement dans une station de radio. Avoir réussi un test d'évaluation de niveau et suivi un entretien de motivation au CFPJ.

DIPLÔME RNCP

À l'issue de la formation, chaque participant a la possibilité de passer devant un jury de professionnels en vue d'obtenir le titre de « Journaliste », option « Radio et en ligne », inscrit au Répertoire National des Certifications Professionnelles, niveau II, VAE intégrée. L'obtention du diplôme est liée aux résultats obtenus pendant la formation et lors du passage devant ce jury.

MODALITÉS D'INSCRIPTION

Renseignements et envoi de votre CV :
Valérie BONDU
Tél. : 01 44 82 20 48
E-mail : alternance-audiovisuel@cfpj.com

120 jours - 840 heures

code : 94710

Prix réglementé par l'organisme financeur

Ouverture d'un groupe annuel



JOURNALISTE DE TÉLÉVISION

Objectif Acquérir et maîtriser les fondamentaux du journalisme télévisé.



Contrat de professionnalisation de 2 ans

Module 1 - Les fondamentaux du journalisme

- Le message essentiel.
- L'angle.
- La hiérarchisation de l'information.

Module 2 - Sources et vérification de l'information

- Typologie des sources.
- La vérification et la validation de l'information sur le web.

Module 3 - Lisibilité de l'écriture journalistique

- La qualité du texte.
- La lisibilité de l'image.
- Le rapport texte/image.

Module 4 - Le commentaire sur image

- Les règles de base.
- Atelier d'écriture à partir de dépêches.
- Le travail de la voix.

Module 5 - Initiation à la caméra HD

- Prise en main de la caméra.
- Composition de l'image.
- Le son, la lumière.

Module 6 - Tournage avec la caméra

- La caméra en reportage.
- Les principes de narration.

Module 7 - Initiation au montage numérique

- Le logiciel de montage.
- Le dérushage et le plan de montage.

Module 8 - Le montage numérique

- La narration en images.
- Le choix des sonores.
- Les aspects journalistiques du montage.

Module 9 - Le reportage (1)

- La préparation.
- Le découpage en séquences.
- Le travail sur le terrain.

Module 10 - Le reportage (2)

- La conférence de rédaction.
- Tournages sur le terrain.

Module 11 - Technique de l'interview en reportage

- Le choix du lieu et du cadre de l'interview.
- Conserver l'essentiel d'un message.

Module 12 - Le reportage (3)

- Calage de sujets.
- Tournages, montage et mixage.

Module 13 - Le reportage en magazine

- Le travail de documentation.
- Le synopsis et le tournage.

Module 14 - Le reportage en magazine (fin)

Le plateau de situation

- Montage et mixage du magazine.

- Les règles du comportement devant la caméra.
- Distribuer l'information entre le sujet et le plateau.

Module 15 - Flashs et journaux

- Écriture de brèves.
- Le travail des titres.
- La présentation en studio.

Module 16 - Flashs et journaux (fin)

- La présentation des flashs.
- La conférence de rédaction.

Module 17 - Reportage et faits divers

- Le traitement des faits divers.
- Les acteurs institutionnels.

Module 18 - Reportage et judiciaire

- Le traitement de l'information judiciaire.
- Analyse de sujets.

Module 19 - Reportage et information politique

- L'organisation politique.
- Les institutions européennes.

Module 20 - Traitement de l'information sportive

- Les particularités du journalisme sportif.
- La déontologie appliquée à l'information sportive.

Module 21 - Reportage et information économique et sociale

- Les acteurs du monde économique et social.
- La marge de manœuvre du journaliste.

Module 22 - Environnement professionnel

- Le CV du journaliste, le statut de pigiste.

Module 23 - Journal-école (1)

Module 24 - Journal-école (2)

Module 25 - Journal d'application dans une rédaction (1)

- Rencontre avec le rédacteur en chef.
- Distribution des sujets.
- Production de reportages d'actualité.

Module 26 - Journal d'application dans une rédaction (2)

- Production de reportages d'actualité.

Module 27 - Préparation du jury

- Choix des sujets présentés.
- Préparation des sujets.
- Écriture des lancements.

Module 28 - Jury de validation

- Validation de la formation par un jury de professionnels.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes recrutés en contrat de professionnalisation dans une chaîne de télévision ou une société de production.

PRÉREQUIS

Bénéficier d'une promesse d'engagement dans une chaîne de télévision. Admission : test d'évaluation de niveau et entretien de motivation au CFPJ.

DIPLÔME RNCP

À l'issue de la formation, chaque participant a la possibilité de passer devant un jury de professionnels en vue d'obtenir le titre de « Journaliste », option « Télévision », inscrit au Répertoire National des Certifications Professionnelles, niveau II, VAE intégrée. L'obtention du diplôme est liée aux résultats obtenus pendant la formation et lors du passage devant ce jury.

MODALITÉS D'INSCRIPTION

Renseignements et envoi de votre CV :
Valérie BONDU
Tél. : 01 44 82 20 48
E-mail : alternance-audiovisuel@cfpj.com

130 jours - 910 heures

code : 94535

Prix réglementé par l'organisme financeur

Ouverture d'un à deux groupes annuels

Retrouvez le programme complet sur www.cfpj.com

CFPJ vous propose de suivre
**Deux formations
entièrement à distance**
en s'appuyant sur plusieurs modalités
complémentaires qui assurent votre
progression pédagogique :

- Une classe vidéo en direct avec un formateur
- Des modules e-learning à consulter quand vous le souhaitez
- Des e-ressources variées : vidéos, documents, études, bibliographies...

Lancez-vous dans l'e-formation

» DÉCOUVRIR L'ÉCRITURE JOURNALISTIQUE

e-formation en 7 heures
réparties sur 6 semaines

OBJECTIFS

Appliquer les règles de l'écriture journalistique pour rendre ses articles dynamiques.

PROGRAMME sur 6 semaines

- Connaître son lecteur (module e-learning).
- Appliquer les lois de proximité et les centres d'intérêt à ses articles (classe vidéo).
- Les principes de l'écriture journalistique (module e-learning).
- Le message essentiel (classe vidéo).
- Cerner son sujet (e-ressources).
- L'angle journalistique (classe vidéo).
- La structure de l'article (classe vidéo).
- Quiz de fin de formation.

CALENDRIER DES CLASSES VIDÉOS

- Session 1 : 9/5/16 - 17/5/16 - 23/5/16 - 30/5/16 - 6/6/16
13/6/16
- Session 2 : 14/9/16 - 22/9/16 - 28/9/16 - 5/10/16 - 12/10/16
19/10/16

TARIFS POUR 7 HEURES	
Individuels, demandeurs d'emploi (code : 43099)	206 € HT
Entreprises (code : 43100)	294 € HT

» PRATIQUER L'ÉCRITURE JOURNALISTIQUE

e-formation certifiante en 77 heures
réparties sur 32 semaines

OBJECTIFS

Mettre en œuvre les règles de l'écriture journalistique pour rédiger des articles proches des lecteurs.

PROGRAMME

- Module 1 : panorama de la presse et des sources journalistiques - 14 heures
- Module 2 : la boîte à outils du journaliste - 14 heures
- Module 3 : l'écriture journalistique - 21 heures
- Module 4 : l'habillage d'un article - 14 heures
- Module 5 : l'interview - 7 heures
- Module 6 : certification - 7 heures

CALENDRIER

- Session 1 : du 2/3 au 14/10/2016
- Session 2 : du 7/9/2016 au 7/4/2017

TARIFS	Formation en 70 heures	Formation certifiante en 77 heures
Individuels, demandeurs d'emploi	2 058 € HT (code : 43103)	2 583 € HT (code : 43101)
Entreprises	2 940 € HT (code : 43104)	3 465 € HT (code : 43102)

BLOC 1

INTRODUCTION À...

	Code	Page	Durée	2016												2017		
				Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Janv.	Fév.	Mars	
FORMATIONS CPF																		
Découvrir l'univers du journalisme	43110	25	3		8-10								14-16					
Découvrir le journalisme radio	44003	25	5	4-8								5-9				2-6		
Découvrir le journalisme TV	45038	26	3	18-20					27-29			24-26			16-18			
Trouver des angles print et web	43011	26	2					26-27					14-15					
Réussir sa prise de notes	43112	27	1			14										19		
Gagner en agilité numérique	46015	27	3	27-29								19-21			25-27			
L'outil du datajournaliste : le tableur	46099	28	1			1						13						
Réaliser une enquête de datajournalisme	46100	28	3						31-2						6-8			

DÉCOUVRIR L'UNIVERS DU JOURNALISME



Objectif

Connaître l'environnement professionnel des journalistes, leurs outils et leurs méthodes de travail.



Connaître le rôle et la place des journalistes dans la société

- Maîtriser la différence entre l'information et la communication.
- Les cinq étapes du travail du journaliste.
- Comprendre pourquoi le métier de journaliste s'est complexifié.
- À quoi sert le journaliste lorsque tout le monde peut produire sa propre information ?

Comprendre le fonctionnement d'une rédaction

- Connaître l'organisation d'un média, repérer la place de la rédaction dans cette structure.
- Identifier les différents métiers au sein du journalisme.
- Découvrir la hiérarchie de la rédaction.
- Comprendre comment fonctionne une conférence de rédaction.
- Découvrir les circuits de l'information.
- Les règles de vie dans une rédaction.
- Travailler avec d'autres journalistes, accepter le regard critique sur son travail, accepter le débat d'idées.

Le savoir-être du journaliste

- Cultiver sa culture générale et son intérêt pour les sujets sociétaux.
- S'intéresser aux gens, manifester un intérêt pour leur vie, leurs activités, leurs difficultés.
- Respecter la parole et l'image données par les personnes rencontrées.
- Mesurer l'impact que peut avoir la publication de son article.
- Accepter que le journaliste ne soit qu'un maillon dans la fabrication de l'information.
- Gérer la pression.

La boîte à outils du journaliste

- Comment les journalistes s'informent-ils pour pouvoir informer ?
- Organiser son suivi de l'actualité.
- Gérer son temps.

→ Visite d'une rédaction

PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

PRÉREQUIS

Être amené à échanger avec des journalistes dans le cadre de son activité professionnelle.

PÉDAGOGIE

E-ressources, présentations, visite, exemples concrets, échanges.

3 jours - 21 heures

code : 43110 prix : 1 240 € HT

Paris

du 8 au 10/2/2016
du 14 au 16/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

DÉCOUVRIR LE JOURNALISME RADIO



Objectif

S'initier aux bases du métier de journaliste radio, du reportage sur le terrain à l'intervention en studio.



Comprendre le fonctionnement d'une radio

- Le partage des rôles : présentateur, rédacteur en chef, reporter...
- La conférence de rédaction.
- Le choix des sujets.
- Définir un angle.

Distinguer les différents formats radio

- Brèves, papiers, flashes, lancements, titres, journaux.

Intégrer les règles de l'écriture radio

- Le style direct et parlé.
- Écrire court, assurer la clarté du propos.
- Accrocher l'attention.
- Donner à voir à l'auditeur.

Soigner son style

- Bannir les formules faciles, les tics de langage.
- Utiliser un vocabulaire riche et précis.

Travailler sa voix

- Développer son expression orale.
- Le débit et l'articulation.
- L'intonation : appuyer sur les mots-clés.
- Maîtriser sa respiration.
- La gestion du stress, la relaxation.

Connaître les techniques de reportage

- Utilisation et fonctionnement du Nagra.
- Les techniques de prise de son.

S'approprier les techniques d'interview

- Le choix de l'interlocuteur.
- Le mode de questionnement.
- L'écoute active : relance, reformulation.

Identifier les spécificités du papier en extérieur

- Donner à voir à l'auditeur.
- Faire vivre un événement en direct.
- Improviser avec succès.

S'initier aux techniques du montage radio

- Les règles de base du montage.
- Lancer une interview, utiliser un son.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias, débutants.

PRÉREQUIS

Être amené à échanger avec des journalistes de radio dans le cadre de son activité professionnelle.

PÉDAGOGIE

Exercices pratiques et mises en situation.

5 jours - 35 heures

code : 44003 prix : 2 095 € HT

Paris

du 4 au 8/1/2016
du 5 au 9/9/2016
du 2 au 6/1/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

DÉCOUVRIR LE JOURNALISME TV



Objectif

Acquérir une vision globale des méthodes de travail et des compétences mises en œuvre dans l'audiovisuel.

Comprendre l'environnement télévisuel

- Le traitement de l'information en télévision.
- Les différents formats.

Identifier les genres journalistiques en télévision

- Panorama des genres et des formats.
- Angles, construction et préparation.
- Le conducteur d'un JT.

Différencier les sources, les vérifier

- Typologie, traitement des sources et des informateurs.
- Les sources écrites, générales et spécialisées, les sources images et sonores.
- Vérification et validation de l'information : les règles de base.

Hiérarchiser l'information

- La ligne éditoriale.
- Les lois de proximité.

Construire un reportage

- Les niveaux de lecture.
- L'image, le son, le commentaire.
- La hiérarchisation des informations dans un sujet.

Renforcer la lisibilité de l'image

- Quelle information ? Quel enrichissement ?
- La grammaire des images : lire et interpréter une image.
- Décrypter le pouvoir émotionnel des images.

Structurer l'écriture journalistique

- L'accroche et la chute.
- Le rapport texte/image.
- Les pièges à éviter : clichés, jargon, chiffres.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Être amené à échanger avec des journalistes audiovisuels dans le cadre de son activité professionnelle.

PÉDAGOGIE

Alternance de théorie et d'exercices pratiques.

3 jours - 21 heures

code : 45038 prix : 1 670 € HT

Paris

du 18 au 20/1/2016

du 27 au 29/6/2016

du 24 au 26/10/2016

du 16 au 18/1/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

TROUVER DES ANGLES PRINT ET WEB



Objectif

Maîtriser les techniques de créativité pour trouver des angles qui accrochent les lecteurs quel que soit le média.

L'angle, une notion journalistique essentielle

- Comment l'angle s'inscrit-il dans une politique rédactionnelle ?
- Les éléments constitutifs de la charte rédactionnelle.
- Une charte par rubrique : un préalable à la recherche d'angles.
- L'angle au service de ses lecteurs.
- Angle et lois de proximité. Quoi de neuf ? Quoi de séduisant ?
- La différence entre sujet, angle et genre journalistique.
- Repérage d'angles différents sur un même fait d'actualité.
- Sélection d'articles : l'angle est-il tenu ? Comment ? Pourquoi ?

Acquérir une démarche générale de recherche d'angles

- Une méthodologie de recherche d'angles applicable pour tout support print et numérique.
- Élargir la recherche documentaire pour resserrer son angle.
- Quel genre journalistique (portrait, interview, enquête, reportage...) pour quel angle ?

- L'importance de la conférence de rédaction pour déterminer et recadrer les angles print et web.
- Trouver dix angles intéressants à partir d'une même information.
- Réalisation de dossiers multiangles : angle principal, angles complémentaires.

Intégrer les techniques pour trouver des angles

- Des techniques de créativité pour des angles originaux par associations d'idées, jeux d'écriture, changements de perspective, agrégations de sujets.
- Rendre dynamique le marronnier.
- Apprendre à capter l'insolite et le méconnu.
- La créativité, seul ou en équipe. Les techniques à choisir selon les circonstances.
- Les techniques de recherche les plus appropriées selon le genre journalistique souhaité, le support utilisé, la complexité du sujet.
- Recherche d'angles sur mesure pour les différents supports éditoriaux des participants.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Avoir une pratique régulière de l'écriture journalistique.

PÉDAGOGIE

Approche ludique sur des cas pratiques, expérimentation, mises en situation réelle.

CFPJ BOX

- Module e-learning
- Les techniques d'écriture



2 jours - 14 heures

code : 43011 prix : 995 € HT

Paris

les 26 et 27/5/2016

les 14 et 15/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

RÉUSSIR SA PRISE DE NOTES



Objectif

S'initier à cette technique pour que ses notes soient fiables, utilisables et réexploitables dans la durée.



Se préparer à la prise de notes

- S'informer sur le sujet, identifier les interlocuteurs, connaître le déroulement de l'événement.
- Les outils favorisant une bonne prise de notes.
- Baliser son carnet.

Mobiliser ses qualités

- Développer son écoute.
- Mobiliser sa concentration.
- Activer sa mémoire.
- Mettre en place une organisation pour structurer ses notes.

Prendre des notes

- Que noter ?
- Penser à la forme de ses notes : aérées, datées, lisibles dans le temps et réexploitables.
- Présentation de différentes techniques de prise de notes.
- Adopter son propre système de prise de notes, adapté à son travail.

- Recourir à un enregistreur : dans quelles conditions ? Avantages et inconvénients.

Exploiter ses notes

- Mettre en forme ses notes pour en faire un matériau journalistique utilisable.
- Allonger la durée de vie de ses notes.
- Faire rebondir sa prise de notes.

Des questions sur la prise de notes

- Connaître les points juridiques autour de la prise de notes.
- Partage-t-on ses notes ?
- Où conserver ses blocs-notes ?
- Combien de temps conserver ses notes ?

→ **Mise en situation pratique : conférences de presse, interview posée, sur le terrain...**

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias et tout public.

PRÉREQUIS

Il est nécessaire d'avoir une première expérience de recueil d'informations sur le terrain.

PÉDAGOGIE

Présentations, exercices, mises en situation réelle, échanges.

1 jour - 7 heures

code : 43112 prix : 570 € HT

Paris

le 14/3/2016
le 19/12/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

GAGNER EN AGILITÉ NUMÉRIQUE



Objectif

Maîtriser l'environnement de l'information numérique pour être efficace, apprendre à protéger ses données et ses communications.

Naviguer sur internet

- Identifier un site : l'adresse, les extensions et les noms de domaine.
- Repérer les sites dynamiques, sites statiques, CMS, blogs, forums, réseaux sociaux.

Chercher sur le web

- Identifier les différents moteurs de recherche.
- Appréhender les modes de fonctionnement de Google.
- Utiliser la recherche avancée.
- Utiliser les réseaux sociaux pour rechercher l'information.
- Découvrir les outils additionnels des réseaux sociaux pour trouver de nouvelles informations.

Publier sur le web

- Analyser le fonctionnement d'une page web.
- Différencier les types de contenus journalistiques.
- Découvrir les formats de l'information numérique.
- Comprendre l'intérêt journalistique des réseaux sociaux.
- Suivre des blogs, des influenceurs.
- Commenter et contribuer à l'interactivité.

Protéger ses données et ses sources

- Pourquoi protéger ses données.
- Évaluer son niveau de protection selon les situations.

Outils et bonnes pratiques à acquérir

- Protéger son ordinateur, ses communications avec ses sources.
- Connaître les traces laissées par les outils.
- Protéger ses données et ses communications sur smartphone.

Sécuriser sa navigation

- Reconnaître le phishing.
- Travailler avec les réseaux sociaux : amis, ennemis ou les deux ?
- Travailler avec une connexion wi-fi inconnue.
- Travailler avec un VPN.
- Communiquer de façon anonyme avec une source.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias et tout public.

PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de la bureautique.

PÉDAGOGIE

Mises en situation, présentations, applications pratiques, échanges de bonnes pratiques.

3 jours - 21 heures

code : 46015 prix : 1 285 € HT

Paris

du 27 au 29/1/2016
du 19 au 21/9/2016
du 25 au 27/1/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

L'OUTIL DU DATAJOURNALISTE : LE TABLEUR



Objectif

Maîtriser la feuille de calcul au cœur de tout projet de journalisme de données.



Découvrir les règles de base du tableur

- Feuilles, cellules, textes, nombres, unités, plage...
- Figer, verrouiller, recopier de façon incrémentée...
- Trier, filtrer, concaténer, tronquer, rechercher-remplacer.

Utiliser les formules de calcul essentielles

- Somme, moyenne, division, pourcentage.
- Tableau croisé dynamique.
- Utiliser les fonctions dates.
- Lier des données entre tableaux.
- Construire les tableaux de synthèse.

Prévisualiser avec la fonction Graphiques

- Colonnes, lignes, secteurs, aires, nuages de points, radars.
- Ajuster les données sources.

Google spreadsheet / Open office

- Atouts et spécificités.

→ **Nombreux exercices et cas pratiques**

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes, tout public, souhaitant s'orienter vers du datajournalisme.

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience de mise en forme visuelle de l'information.

PÉDAGOGIE

Découverte du tableur et prise en main des fonctionnalités. Applications concrètes à partir des cas des participants.

1 jour - 7 heures

code : 46099 prix : 625 € HT

Paris

le 1/3/2016
le 13/9/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

En partenariat avec

WEDODATA

RÉALISER UNE ENQUÊTE DE DATAJOURNALISME



Objectif

Acquérir la méthodologie pour réaliser une enquête data, depuis la recherche de données jusqu'à la visualisation interactive.



Recherche des sources de données pertinentes

- Les grandes bases de statistiques.
- Les astuces de recherche en ligne de tableurs.
- Extraire des données de site et/ou de rapports en PDF.
- Organiser sa recherche à partir de sources multiples : nommage, sourcing...

Affiner son angle en faisant émerger les grandes tendances de ses recherches

- Prévisualisations.
- Rechercher des croisements possibles, des enrichissements.

Storyboard : écrire et « dessiner » son enquête

- Imaginer l'expérience utilisateur.
- Sélectionner les données : hiérarchisation des niveaux de lecture.
- Choix des visualisations adéquates.

Réaliser le projet interactif

- Les différentes productions possibles en fonction du temps à disposition : Infogram, tableau public, développement sur mesure...
- Travailler en équipe : graphiste, développeur, journaliste.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias, producteurs de contenus multimédias, désireux de s'initier au datajournalisme.

PRÉREQUIS

Maîtriser le tableur et les graphiques simples de visualisation.

PÉDAGOGIE

À partir d'un sujet d'actualité, découverte des étapes concrètes pour réaliser une enquête data, depuis la recherche de données jusqu'à la visualisation interactive en passant par l'éditorialisation et la scénarisation.

3 jours - 21 heures

code : 46100 prix : 1 555 € HT

Paris

du 31/5 au 2/6/2016
du 6 au 8/12/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

En partenariat avec

WEDODATA



AMBASSADRICE

Karen Bastien | Co-fondatrice de WeDoData

Crédit photo : J-Robert Dantou / Picture Tank.

« Les données sont une matière première incroyable pour de nouveaux récits journalistiques : récoltons ces datas, analysons-les et donnons-les à voir à nos lecteurs »

BLOC 2

RECHERCHES ET VÉRIFICATION DE L'INFORMATION

	Code	Page	Durée	2016												2017		
				Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Janv.	Fév.	Mars
FORMATIONS CPF																		
Veille et recherche d'informations sur internet	46000	30	2		1-2				27-28					28-29				2-3
Vérifier les informations issues du web	46063	30	1		24			18						4				27
Les sources d'information des journalistes	43113	31	2		11-12									17-18				
Protéger ses sources en environnement numérique	46090	31	2					18-19							8-9			
Découvrir Twitter et Facebook	46037	32	2				18-19							3-4	20-21			
Enquête, sources et fact checking sur le web et les réseaux sociaux	45063	32	3		15-17							12-14						13-15
Maîtriser l'interactivité avec les auditeurs	44031	33	1					20					6					
Droit et réseaux sociaux	46070	33	1		3									25				3
Trouver et questionner les données	46101	34	1			8						20						
Extraire la donnée : depuis le web, un document PDF, une image	46102	34	1			15						27						
Nettoyer les données brutes : obtenir un tableur pour croiser ses sources	46103	35	1			29							11					
Droit et presse en ligne	46006	35	1			15							19					15
Le droit de la presse	48000	36	2			24-25									5-6			23-24
Le droit de l'image	48001	36	1				5							10				
Éthique et déontologie	48026	37	1		25											1		

VEILLE ET RECHERCHE D'INFORMATIONS SUR INTERNET



Objectif

Identifier les sources, évaluer la crédibilité d'une information, mettre en place une veille efficace.



Rechercher sur le web

- Connaître différents moteurs de recherche généralistes ou spécialisés.
- Mesurer l'importance de la syntaxe de recherche.
- Étendre les fonctionnalités et personnaliser le navigateur.
- Maîtriser la recherche avancée sur Google.
- Identifier les critères d'indexation des contenus web.
- Exploiter les opportunités des recherches par média (sons, photos, vidéos).

Décrypter un contenu pour valider ses sources

- Analyser un domaine et une adresse IP.
- Détecter plagiats et fakes.
- Conseils pratiques pour évaluer la crédibilité des sites et des auteurs.

- Lister les standards de qualité des pages web et les indices suspects.
- Trouver des versions archivées de sites internet modifiés.

Pratiquer une veille efficace

- Rationnaliser sa veille via ses favoris.
- Agréger des contenus ciblés via les flux RSS.
- Pratiquer le social bookmarking : s'informer par les favoris partagés.
- Les blogs : cibler et collecter des ressources sur mesure.
- Mettre en place une veille sur les réseaux sociaux, avec leurs outils additionnels (Vine, Periscope...).

→ Exercices pratiques

Mettre en place une veille personnalisée

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Avoir une pratique débutante sur le web.

PÉDAGOGIE

Présentations, applications pratiques, échanges de bonnes pratiques.

2 jours - 14 heures

code : 46000 prix : 1 050 € HT

Paris

les 1 et 2/2/2016
les 27 et 28/6/2016
les 28 et 29/11/2016
les 2 et 3/2/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

VÉRIFIER LES INFORMATIONS ISSUES DU WEB



Objectif

Identifier l'origine des données provenant du web et déjouer les tentatives de manipulation.

Identifier et évaluer la crédibilité d'un producteur de contenus

- Remonter à la source d'un user Generated Content.
- Analyser les profils d'internautes sur les réseaux sociaux.
- Entrer en contact.
- Exploiter des outils de vérification des informations distillées sur les réseaux sociaux, sur les blogs.

→ Applications pratiques

Contextualiser et recouper l'information

- Examiner le contexte de publication d'une information sur le web.
- Analyser le traitement de l'information sur les réseaux sociaux.
- Identifier les indices de géolocalisation et de datation.
- Faire appel au crowdsourcing.

→ Mises en situation pratique

Authentifier une image, une vidéo

- Maîtriser les moteurs de recherche d'images.
- Exploiter les données Exif.
- Vérifier l'authenticité d'une vidéo avec des outils disponibles en ligne.

→ Applications pratiques

Repérer les fakes et les hoax

- Identifier les rumeurs.
- Déceler les canulars.
- Repérer le piratage.
- Déjouer les pièges.

→ Applications pratiques à partir de cas concrets

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Avoir une pratique régulière de la recherche d'informations sur internet.

PÉDAGOGIE

Présentations, exemples, exercices, mises en situation, échanges de bonnes pratiques.

1 jour - 7 heures

code : 46063 prix : 570 € HT

Paris

le 24/2/2016
le 18/5/2016
le 4/11/2016
le 27/2/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

LES SOURCES D'INFORMATION DES JOURNALISTES



Objectif

Repérer les sources, valider les informations, instaurer la confiance, entretenir son réseau.



Comment les journalistes s'informent-ils ?

- Le temps nécessaire pour suivre l'actualité, s'imprégner d'un sujet avant de le traiter.
- Les informateurs naturels : les sources institutionnelles et officielles.
- Les sources qu'ils dénichent : sources documentaires et sources vives.
- Entretenir une attention permanente à son environnement.
- La force du carnet d'adresses.

Gérer les relations avec ses sources

- Instaurer une relation de confiance.
- Différencier l'information et la communication : l'équilibre entre le besoin de passer un message et la nécessité de poser un regard critique sur celui-ci.
- Trouver la bonne distance avec les sources.

- Entretenir les relations avec ses contacts.
- Gérer le off, l'exclusivité, l'embargo, le secret professionnel...

Vérifier ses sources et croiser les informations

- Identifier les critères qui rendent une source crédible.
- Le cas particulier des sources numériques.
- Vérifier la véracité des informations recueillies : multiplier les sources.

La place de la déontologie dans la collecte d'informations

- Ce que le journaliste peut faire pour recueillir des informations.
- Ce qu'il ne doit pas faire.
- La protection des sources : les nouveaux textes.

→ **Nombreux cas pratiques**

PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

PRÉREQUIS

Il est nécessaire d'avoir une première expérience dans la recherche et la vérification d'informations.

PÉDAGOGIE

Présentation, exemples concrets, applications pratiques, partage d'expériences.

2 Jours - 14 heures

code : 43113 prix : 995 € HT

Paris

les 11 et 12/2/2016
les 17 et 18/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

PROTÉGER SES SOURCES EN ENVIRONNEMENT NUMÉRIQUE



Objectif

Maîtriser les outils permettant d'échanger confidentiellement avec une source et de protéger son travail.

Comprendre ce que change l'environnement numérique

- Le cadre juridique et la déontologie de la protection des sources.
- Appréhender les vulnérabilités de la communication en ligne.
- Un état des lieux de la surveillance numérique aujourd'hui. Recueil d'informations en ligne : attention aux « failles » du web.
- Le développement des plates-formes de « leaks » et la gestion des sources anonymes.

Principes de sécurité numérique

- Protéger ses communications et ses données : pourquoi et pour quoi faire ?
- Évaluer un contexte : les bonnes questions à se poser.
- Éléments de terminologie : données et métadonnées : anonymiser, chiffrer, authentifier.
- Quels outils choisir, selon quels critères ?
- Savoir (se) déconnecter.

Techniques et outils

- Les mesures de bon sens et les précautions de base.
- Les précautions à prendre avec les réseaux sociaux.
- Protéger et gérer ses mots de passe.
- Sécuriser et/ou anonymiser sa connexion à internet.
- Protéger ses communications par messagerie instantanée.
- Protéger ses communications par e-mail.
- Protéger ses données et ses métadonnées.

→ Cas pratiques

- Communiquer anonymement avec une source sensible.
- Se protéger en mobilité sur un terrain à risque.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias (notamment enquêteurs et reporters).

PRÉREQUIS

Pratique usuelle de l'informatique, bonne agilité numérique.

PÉDAGOGIE

Présentations, exemples, expérimentations, mises en application pratique.

2 Jours - 14 heures

code : 46090 prix : 1 050 € HT

Paris

les 18 et 19/5/2016
les 8 et 9/12/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

DÉCOUVRIR TWITTER ET FACEBOOK



Objectif

S'initier à ces deux réseaux sociaux devenus incontournables dans la pratique journalistique au quotidien.

Utiliser Facebook

- Maîtriser les fonctionnalités.
- Créer, gérer et utiliser un profil Facebook.
- Publier ses contenus.
- Sélectionner les outils Facebook pertinents.
- Animer sa fan page : gérer les commentaires.
- S'initier aux outils complémentaires de Facebook.

Utiliser Twitter

- Maîtriser les fonctionnalités.
- Créer, gérer et utiliser un compte Twitter.
- Repérer les personnes intéressantes à suivre selon sa spécialité.
- Utiliser Twitter comme un outil de veille et de promotion de ses articles.
- Maîtriser le RT, le LT et le hashtag.
- S'initier aux outils additionnels de Twitter.

Les outils complémentaires à connaître

- Maîtriser un raccourcisseur d'URL.
- Intégrer du contenu multimédia sur ces trois réseaux sociaux.

Intégrer ces réseaux dans sa stratégie éditoriale numérique.

- Élaborer une stratégie social média.
- Développer ses communautés et ses audiences.

→ **Exercices adaptés aux spécialisations des participants**

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias, débutants sur les réseaux sociaux.

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience dans l'utilisation de Facebook.

PÉDAGOGIE

Présentation, création de comptes, mises en application pratique, exercices concrets.

2 jours - 14 heures

code : 46037 prix : 1 050 € HT

Paris

les 18 et 19/4/2016

les 3 et 4/11/2016

les 20 et 21/12/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

ENQUÊTE, SOURCES ET FACT CHECKING SUR LE WEB ET LES RÉSEAUX SOCIAUX



Objectif

Utiliser toutes les ressources d'internet pour enquêter et éviter de se faire manipuler par les sources.



Trouver des sujets qui sortent du lot

- Les pistes à explorer pour créer l'actualité, repérer des idées et des angles originaux.
- Déceler les tendances.

Rechercher des témoins et des experts

- Entrer en contact rapidement avec ses sources.
- Déjouer les pièges.

Infiltrer les communautés sur les réseaux sociaux

- Les techniques d'approche discrètes sur Twitter et Facebook.
- Pages de soutien, créations d'événements... Les fonctionnalités utiles sur Facebook.
- Pister une personne sur le web et en savoir plus sur son profil.

Consulter les forums spécialisés

- Rencontrer des personnes difficiles à joindre.
- Entrer en contact plus facilement.

Le fact checking

- Utiliser Twitter efficacement pour identifier les spécialistes d'un sujet.
- S'appuyer sur les différentes sources institutionnelles à l'ère du big data.

Décrypter les images

- Les techniques simples d'authentification des vidéos.
- L'analyse des métadonnées d'un fichier vidéo (date, lieu de tournage, sources).

Donner de la visibilité à son enquête

- La mettre en avant sur les réseaux sociaux.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux du journalisme.

PÉDAGOGIE

Exercices et cas pratiques.

3 jours - 21 heures

code : 45063 prix : 1 495 € HT

Paris

du 15 au 17/2/2016

du 12 au 14/9/2016

du 13 au 15/2/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

MAÎTRISER L'INTERACTIVITÉ AVEC LES AUDITEURS



Objectif

Gérer les interventions en direct : relayer en temps réel les messages postés sur les réseaux sociaux.

Organiser l'interactivité avec les auditeurs

- Identifier les thématiques où l'intervention des auditeurs va apporter un plus rédactionnel.
- Préparer des questions d'introduction, des relances, une conclusion.
- Différencier les canaux d'intervention : téléphone, sms, réseaux sociaux.
- Briefer la personne chargée de sélectionner les auditeurs.

Gérer l'intervention des auditeurs en direct

- Lancer l'intervention en direct d'un auditeur.
- Amener l'auditeur à préciser son propos.
- Provoquer des réactions, des dialogues inattendus.

Relayer les messages postés sur les réseaux sociaux

- Concevoir des outils pertinents.
- Retranscrire sans trahir.
- Réagir en direct aux messages des auditeurs.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes de radio et de web radio.

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience dans la gestion des auditeurs à l'antenne.

PÉDAGOGIE

Exercices et mises en situation réelle.

1 jour - 7 heures

code : 44031 prix : 625 € HT

Paris

le 20/5/2016
le 6/10/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

DROIT ET RÉSEAUX SOCIAUX



Objectif

Maîtriser le cadre juridique de la publication en ligne et de la pratique des réseaux sociaux.

Éviter les risques juridiques : principaux réflexes

- Éviter les délits de presse sur internet et les réseaux sociaux.
- Repérer les contenus informationnels litigieux.
- Le droit de la presse s'applique-t-il de la même manière sur les réseaux sociaux ?
- La notion de vie privée sur les réseaux sociaux.

Être sensibilisé au droit à l'image des personnes

- Une personne peut-elle interdire la mise en ligne de son image (photos ou vidéos) notamment sur les réseaux sociaux ?

Respecter les droits d'auteur sur internet

- La reprise de contenus mis en ligne sur les réseaux sociaux est-elle toujours possible ?
- Application du droit d'auteur sur internet (sites d'information et réseaux sociaux).

La responsabilité et la mise en ligne de contenus

- internet et les réseaux sociaux permettent-ils de bénéficier d'une responsabilité allégée ?
- Les dernières décisions de justice essentielles.
- Définir le droit à l'oubli numérique.

Les précautions juridiques

- Les principales clauses d'un accord de droits d'auteur ou d'une autorisation de droit à l'image.
- Mesurer l'importance de la relecture des conditions générales d'utilisation des réseaux sociaux ou d'un site internet.

→ **Nombreuses présentations d'exemples concrets**

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias, community managers, éditeurs, documentalistes, iconographes.

PRÉREQUIS

Avoir une bonne connaissance du web et des réseaux sociaux.

PÉDAGOGIE

Présentations, études de cas, mises en situation, quiz, partage d'expériences.

1 jour - 7 heures

code : 46070 prix : 570 € HT

Paris

le 3/2/2016
le 25/11/2016
le 3/2/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

TROUVER ET QUESTIONNER LES DONNÉES

Objectif

Identifier les sources potentielles de data, interroger leur fiabilité et organiser ses recherches.



Les principales sources de statistiques

- Les espaces data des grandes institutions.
- Les grandes bases thématiques.
- Les études et rapports.
- Les moteurs de recherche : spécificités.
- Se constituer ses propres librairies de données.
- Faire des choix dans ses consultations de bases de données.

L'Open data

- Retour sur ce mouvement mondial de libération de données publiques.
- Définition et licences d'utilisation.
- Les API.

Le crowdsourcing

- Atouts/difficultés.
- Les grandes enquêtes de datajournalisme crowdsourcées.

Interroger la fiabilité des sources de données

- Auteurs, méthodologie de l'enquête, périmètre.
- Indépendance et éthique.

→ Nombreux exercices de recherche de données

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes, producteurs de contenus multimédias, désireux de se lancer dans des projets de datajournalisme.

PRÉREQUIS

Maîtriser le tableur.

PÉDAGOGIE

À partir d'un sujet d'actualité ou d'exemples des participants, travail concret de recherche de données exploitables en datajournalisme.

1 jour - 7 heures

code : 46101 prix : 625 € HT

Paris

le 8/3/2016

le 20/9/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

En partenariat avec

WEDODATA

EXTRAIRE LA DONNÉE : DEPUIS LE WEB, UN DOCUMENT PDF, UNE IMAGE

Objectif

Apprendre à récupérer des données disséminées dans un site, intégrées dans un document PDF ou une image scannée.



Extraire depuis un site web

- Découvrir Outwit : se familiariser avec ce logiciel qui permet de récupérer des informations et des données de manière structurée puis de les transformer et de les stocker.
- Fonctions d'import depuis Google spreadsheet.
- Utiliser Kimono : se familiariser avec le data scraping.

Extraire depuis un PDF

- PDF to Excel, pdftables...
- Découvrir Tabula.

Extraire depuis un scan

- S'initier aux logiciels OCR.
- Nombreux exercices et cas pratiques.

→ Nombreux exercices pratiques à partir de l'actualité ou des exemples des participants

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes, producteurs de contenus multimédias, désireux de se lancer dans un projet de datajournalisme.

PRÉREQUIS

Maîtriser le tableur.

PÉDAGOGIE

À partir d'un sujet d'actualité ou d'exemples des participants, travail concret de récupération de données exploitables en datajournalisme.

1 jour - 7 heures

code : 46102 prix : 625 € HT

Paris

le 15/3/2016

le 27/9/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

En partenariat avec

WEDODATA

NETTOYER LES DONNÉES BRUTES : OBTENIR UN TABLEUR POUR CROISER SES SOURCES



Objectif

Obtenir un tableur de données « propres » pour analyser les chiffres, les croiser avec d'autres sources et générer des graphiques.



Découvrir les fonctions de nettoyage d'Excel

- Rechercher/remplacer, gauche/droite.
- Suppression des espaces, format texte-nombre.
- Fusion-fractionnement de colonnes, transposition lignes-colonnes.
- La fonction RechercheV.

Utiliser Open refine

- S'initier à ses fonctions: facetts, filtres, cluster.
- Sa puissance sémantique.

Google Fusion Tables / Tableau public

- Découvrir des outils pour rassembler plusieurs tables.

→ **Nombreux exercices et cas pratiques, applications à partir des exemples des participants**

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes, producteurs de contenus multimédias, désireux de se lancer dans un projet de datajournalisme.

PRÉREQUIS

Maîtriser le tableur.

PÉDAGOGIE

À partir d'un sujet d'actualité, travail concret de nettoyage de données pour croiser les sources.

1 jour - 7 heures

code : 46103 prix : 625 € HT

Paris

le 29/3/2016

le 11/10/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

En partenariat avec

WEDODATA

DROIT ET PRESSE EN LIGNE



Objectif

Maîtriser le cadre juridique de l'édition en ligne : pièges à éviter, bons réflexes à acquérir.

Respecter les droits d'auteur sur internet

- Les contenus mis en ligne sont-ils susceptibles d'être protégés par le droit d'auteur ?
- Le droit d'auteur s'applique-t-il de la même manière pour un site d'information ?
- Les règles à respecter, les contrats et accords collectifs Hadopi à négocier, les mentions légales à apposer sur le site.
- Un nom de domaine est-il systématiquement protégé par le droit des marques ?

Éviter les délits de presse sur internet

- Repérer et éventuellement modifier les contenus informationnels litigieux.
- Le droit de la presse s'applique-t-il de la même manière sur internet ?

Être sensibilisé au droit à l'image des personnes

- Une personne peut-elle interdire la mise en ligne de son image ?
- La distinction entre la captation et la mise en ligne est-elle importante ?
- Une autorisation de la personne concernée est-elle toujours nécessaire ?

Qui est responsable des contenus mis en ligne ?

- Existe-t-il une responsabilité alléguée ?
- Les tribunaux compétents et la loi applicable.
- Les dernières décisions de justice essentielles à l'évaluation des risques juridiques et judiciaires.
- Le droit à l'oubli numérique.

Quelles précautions juridiques pour un projet éditorial

- Les principales clauses d'un accord de droit d'auteur ou d'une autorisation de droit à l'image.
- Pourquoi la rédaction de conditions générales d'utilisation est-elle nécessaire ?

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias, éditeurs, documentalistes, iconographes.

PRÉREQUIS

Avoir une pratique régulière de publication quel que soit le média.

PÉDAGOGIE

Présentations, études de cas, partage d'expériences.

CFRJ BOX

- Module e-learning
- La liberté de création et d'information



1 jour - 7 heures

code : 46006 prix : 570 € HT

Paris

le 15/3/2016

le 19/10/2016

le 15/3/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

LE DROIT DE LA PRESSE



Objectif

Être en mesure d'exercer son métier de journaliste en limitant les risques juridiques et judiciaires tant en matière pénale que civile.

Les diffamations et les injures

- Quelles sont les conditions pour qu'une information soit qualifiée de diffamatoire ou d'injurieuse ?
- Les diffamations et injures à caractère racial, envers une personne ou un groupe de personnes en raison de leur sexe, de leur orientation sexuelle ou de leur handicap.
- Une image peut-elle être diffamatoire ou injurieuse ?
- Quels sont les axes de défense qui peuvent être invoqués par l'organe d'information et le journaliste ?
- Quelles pratiques professionnelles peuvent protéger le journaliste ?

Le droit au respect de la vie privée

- Qu'entend-on par vie privée ?
- Les circonstances permettant de révéler un élément de vie privée.

La présomption d'innocence

- Dans quelles circonstances peut-elle être invoquée ?
- Comment couvrir le déroulement d'un procès ? Quelles sont les informations qui peuvent être rendues publiques et quelles sont les précautions à prendre ?

- La notion du droit à l'oubli.
- La présomption d'innocence et l'image des personnes concernées par le procès en cours.

Le journaliste et le secret

- Le secret de l'instruction et le recel de violation du secret de l'instruction.
- État du droit sur la protection des sources du journaliste.
- Les perquisitions dans les entreprises d'information : quels fondements ?
- Quelles sont les évolutions souhaitables en matière de secret des sources et de perquisition ?

Le droit de réponse

- Quelles sont les conditions pour qu'un droit de réponse soit imposé ?
- Les délais et formes à respecter pour insérer le droit de réponse.
- Les motifs permettant de ne pas insérer le droit de réponse.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes, pigistes, responsables d'édition ou de publications, secrétaires de rédaction.

PRÉREQUIS

Avoir déjà publié plusieurs articles.

PÉDAGOGIE

Présentations, études de cas, partages d'expérience.

CFPJ BOX

- Module e-learning
- La liberté de création et d'information**



2 Jours - 14 heures

code : 48000 prix : 1 030 € HT

Paris

les 24 et 25/3/2016
les 5 et 6/12/2016
les 23 et 24/3/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

LE DROIT DE L'IMAGE



Objectif

Acquérir les bons réflexes sur les précautions à prendre et les autorisations à solliciter.

L'image et le droit au respect de la vie privée

- Qu'entend-on par vie privée ?
- La finalité de l'utilisation de l'image d'une personne permet-elle d'écarter cette notion de vie privée ?

L'image en dehors de la vie privée

- Les personnes dont l'image est reproduite peuvent-elles invoquer un droit sur leur image indépendant de toute notion de vie privée ?
- La finalité des diffusions de ces images a-t-elle une influence ?
- Existe-t-il des solutions pour reproduire et diffuser librement l'image d'une personne ?

Captation et liberté d'expression

- La captation photographique ou audiovisuelle peut-elle être limitée ?
- Une image peut-elle être diffamatoire, injurieuse, attentatoire à la présomption d'innocence ?
- Les conditions de diffusion de brefs extraits de compétitions sportives (délibération du CSA du 15 janvier 2013).
- Les droits voisins des artistes.

D'autres personnes peuvent-elles intervenir sur la diffusion alors qu'elles ne sont pas à l'image ?

- Les propriétaires d'un bien dont l'image est reproduite peuvent-ils agir ?
- L'accord des auteurs des images doit-il toujours être sollicité ?
- Quelles sont les mentions légales à apposer lors de la diffusion ?

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes, photographes et iconographes, responsables d'édition, de publications et de supports numériques.

PRÉREQUIS

Avoir déjà publié des photos.

PÉDAGOGIE

Présentations, études de cas, partages d'expérience.

CFPJ BOX

- Module e-learning
- La liberté de création et d'information**



1 jour - 7 heures

code : 48001 prix : 570 € HT

Paris

le 5/4/2016
le 10/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

ÉTHIQUE ET DÉONTOLOGIE



Objectif

Intégrer ces principes dans sa pratique professionnelle pour mieux faire face à l'évolution numérique.

Les piliers de l'éthique journalistique

- Les principes fondateurs.
- La charte des journalistes : le texte fondateur, ses évolutions.
- Les textes propres aux entreprises de presse, de radio, de télévision.
- Lucidité, refus, obstination, ironie : les quatre piliers du journalisme.
- Invitations, frais, cadeaux : les règles et les risques.
- Maintenir une ligne éthique face à l'accélération du traitement de l'information.
- Gérer la pression du direct, du scoop.
- Maîtriser l'enjeu de l'anonymat à l'heure d'internet.

Intégrer la déontologie dans sa pratique professionnelle

- Faits divers, procès : que dit la loi ?
- L'information économique au péril de la communication.
- Traiter l'actualité politique en respectant les équilibres.
- Reportages en zone de guerre : garder une distance journalistique au plus près du terrain.
- Questions autour des tournages et interviews à l'insu des personnes.
- Le cas particulier des mineurs.
- La gestion du « off ».

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Avoir une expérience journalistique de un à deux ans minimum.

PÉDAGOGIE

Analyse de cas et échanges critiques.

1 jour - 7 heures

code : 48026 prix : 570 € HT

Paris

le 25/2/2016

le 1/12/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

DES MOYENS TECHNIQUES PROFESSIONNELS

Au service d'une vraie démarche pédagogique et en plein cœur de Paris

Le groupe CFPJ évolue dans le monde des médias depuis 65 ans et accompagne toutes ses mutations. Il constitue l'une des principales références en termes de formation initiale et de formation continue.

Les équipements de la profession

Plus de 300 ordinateurs en réseau (Mac et PC) équipés de tous les logiciels nécessaires. Accès internet haut débit. Moyens de vidéo-projection. Fil AFP. Salles de cours climatisées.



TÉLÉVISION

- Studio de télévision avec régie numérique et plateau d'enregistrement multicaméra
- Unités de reportage
- Salles de montage virtuel, Avid NewsCutter



RADIO

- Régies radio
- Bancs de montage et magnétophones Nagra numériques
- Cabines de mixage
- Insert téléphone

PRESSE ÉCRITE

- Tous les logiciels professionnels de la presse (XPress, InDesign, Illustrator, Photoshop, Ligthroom...) servis par des stations de travail de dernière génération



MULTIMÉDIA

- Unités de reportage multimédias
- Logiciels de production et d'editing (Photoshop, Adobe Premiere, Final Cut Pro, Flash, GoLive, Dreamweaver, Audacity...) servis par des stations de travail de dernière génération
- Newsroom



BLOC 3

GENRES JOURNALISTIQUES ET HIÉRARCHIE DE L'INFORMATION



Code	Page	Durée	2016												2017			
			Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Aout	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Janv.	Fév.	Mars	
Rédiger pour le web	46001	40	2	18-19		24-25		19-20		4-5			20-21	24-25	19-20	16-17		23-24
Optimiser son référencement naturel	46023	40	1		12								12				13	
L'editing pour le web	46024	41	3			14-16				6-8			17-19					13-15
Concevoir un reportage vidéo pour le web	46049	41	5			14-18				27-1			26-30					13-17
La pratique éditoriale sur les réseaux sociaux	46068	42	2					19-20						21-22				
Adopter un positionnement éditorial sur les réseaux sociaux	46052	42	2			9-10							26-27					9-10
Animer sa communauté en ligne	46025	43	2			10-11				4-5				17-18				13-14
Événementialiser sa présence sur les réseaux sociaux	46104	43	2		22-23							22-23						23-24
Les bases de la photo de presse	43046	44	5		8-12								5-9					30-3
Turner avec son smartphone	46029	44	2	21-22					9-10					3-4		19-20		
Préparer un brief pour un infographiste	46106	45	1				12						25					
Datavisualiser l'actualité, un événement	46105	45	1						14						13			
Écrire pour être lu	43010	46	10	18-29		21-1						22-2	3-14	5-16	16-27			
Le titre : tout un art	43017	47	2		8-9				16-17						8-9		9-10	
Réussir son interview	43020	47	4		1-4							5-8					6-9	
Réussir son reportage	43022	48	4				11-14						3-6					
Mener une enquête	43024	48	5					23-27						14-18				
Le commentaire sur images	45012	49	5		1-5			30-3							12-16	30-3		
Maîtriser l'interview à la télévision	45007	49	3	13-15								19-21				11-13		
Concevoir un reportage pour la télévision	45009	50	5				11-15							28-2				
Enquêter à la télévision	45046	51	3			29-31							10-12					6-8
Réaliser un sujet magazine	45066	51	5		8-12							5-9					6-10	
Animer un débat à la télévision	45022	52	1					16						10				
Le plateau de situation : être à l'aise devant la caméra	45011	52	2			21-22						5-6						
Présenter des flashs et des journaux TV	45006	53	3			14-16								14-16				27-29
Tenir une édition spéciale sur le terrain	45065	53	2			28-29								7-8				
S'initier à la technique de la caméra et à la prise de vue	45014	54	10	11-22					13-24					14-25	5-16	9-20		
Maîtriser le maniement de la caméra	45039	54	3	25-27										28-30		23-25		
JRI en solo	45064	55	5				4-8			4-8						9-13		
Présenter des flashs et des journaux radio	44009	55	3		8-10							28-30					8-10	
Le reportage à la radio	44026	56	5					9-13						21-25				
Maîtriser les techniques du reportage radio	44036	56	5		8-12								10-14				6-10	
Les clés pour conduire une interview	44019	57	3			29-31									7-9			
Chronique radio : trouver son style	44011	57	2					16-17						28-29				
Couvrir un événement en direct à la radio	44032	58	2			21-22							19-20					27-28

RÉDIGER POUR LE WEB

Objectif

Maîtriser les principes d'écriture et d'enrichissement d'articles numériques.



JE VIS MA FORMATION

dans la peau d'un journaliste multimédia et je rédige mes articles pour les mettre en ligne sur mon site.

Concept à découvrir page 3

Mesurer l'impact de la lecture à l'écran sur la rédaction des contenus

- De la lecture en F à la lecture en I.
- Connaître les différents modes de lecture et leurs contraintes.
- Identifier les éléments qui attirent l'attention, ceux qui ralentissent la lecture.
- Connaître les modes de consommation de l'information numérique.

Organiser l'information

- Organiser le travail, l'approfondissement sur son site, soigner le rubricage.
- Mettre en forme les paragraphes de son article, bien distribuer le message essentiel.
- Analyse de sites et d'articles : bonnes et mauvaises pratiques, innovations.

Travailler la lisibilité d'un texte

- Intégrer les principes de référencement et leurs conséquences sur la rédaction des articles.
- « Wébiser » son article en proposant des portes d'entrée de lecture variées et dynamiques : exergues, puces...
- Découvrir les nouvelles formes de narration qu'offre le numérique.

Mettre en ligne son article

- Choisir l'habillage de son article en tenant compte du SEO.
- Enrichir son article : liens, intégration de contenus multimédias (cartographie, sons, vidéos, tweets).
- Penser à la diffusion sur mobile lors de la rédaction de l'article.

→ **Nombreux exercices pratiques d'application**

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Pratique quotidienne d'internet. Bonne maîtrise des logiciels Internet Explorer ou Mozilla Firefox.

PÉDAGOGIE

Présentations, exemples, exercices pratiques, applications concrètes.

2 jours - 14 heures

code : 46001 prix : 1 050 € HT

Paris

les 18 et 19/1/2016
les 24 et 25/3/2016
les 19 et 20/5/2016
les 4 et 5/7/2016
les 20 et 21/10/2016
les 24 et 25/11/2016
les 19 et 20/12/2016
les 16 et 17/1/2017
les 23 et 24/3/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

OPTIMISER SON RÉFÉRENCEMENT NATUREL

Objectif

Être vu pour être lu : doper sa visibilité sur le web pour augmenter son audience à moindre coût.

Comprendre les principes du référencement naturel

- À quoi sert le référencement naturel ?
- Définir les mots-clés : démonstration d'outils.
- Connaître les règles d'indexation des pages web.
- Mettre en valeur les mots-clés choisis.
- Produire des textes avec un bon indice de densité des mots-clés (IDM).
- Optimiser ses images et ses vidéos.
- Ouvrir un blog pour enrichir son champ sémantique.
- Réactualiser régulièrement son contenu.

Mettre en place une stratégie de viralisation de ses contenus

- Jouer sur les synergies site/blog/réseaux sociaux.
- Partager ses contenus sur les plateformes collaboratives et les réseaux sociaux.
- L'intérêt de la reprise de son article sur un agrégateur communautaire.

- Publier ses vidéos et ses images sur les sites de partage.
- Bien utiliser les sites de social bookmarking.
- Animer et stimuler efficacement sa communauté.
- Exporter son flux RSS sur un site à fort trafic.

Développer sa notoriété

- La popularité, pilier du référencement : mettre en place une stratégie de netlinking efficace.
- Penser à Google Maps.
- Obtenir un article sur Wikipédia.
- Devenir un expert très suivi sur Twitter.
- Animer un groupe sur Facebook.
- Partager ses contenus mais aussi laisser des commentaires, retweeter.

Mesurer l'efficacité de sa stratégie de lisibilité

- Les outils de tracking et de mesure d'audience.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Rédiger des articles pour le web.

PÉDAGOGIE

Présentations, exemples, mises en application pratiques, retours d'expériences.

1 jour - 7 heures

code : 46023 prix : 570 € HT

Paris

le 12/2/2016
le 12/10/2016
le 13/2/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

L'EDITING POUR LE WEB



Objectif

Maîtriser les techniques du SR du numérique pour créer et valoriser les contenus multimédias.



Intégrer les particularités de l'information sur le web

- Identifier l'ergonomie d'un site.
- Évaluer la nouvelle temporalité de l'information : l'actualisation permanente.
- Identifier les différents temps de vie de l'information sur le web : de l'alerte au papier développé, en passant par le son et la vidéo.
- Proposer un traitement multimédia de l'information.
- Développer l'interactivité.

Cerner le rôle du SR sur le web

- Mesurer les spécificités du SR sur le web par rapport au print.
- Organiser et hiérarchiser l'information sur le web : le métier de front page editor.
- Mettre en place des process pour gérer les flux de contenus.
- Adapter un papier du print pour le web : quels formats, présentation et durée de vie.

Maîtriser les principes du référencement

- Comprendre la nécessité pour un journaliste de maîtriser les notions de référencement.
- Appliquer les notions clés du référencement sur son article.

L'habillage éditorial pour le web

- Adapter les titres et légendes sur le web pour les différents sujets multimédias mis en ligne : textes, photos, sons, vidéos...

→ Ateliers pratiques

- « Wébiser » son article.
- Batôner des dépêches d'agences.
- Habiller des contenus pour le web.
- Penser images, vidéos, mobile.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Publier des articles en ligne, avoir une bonne maîtrise des navigateurs Chrome ou Mozilla Firefox ou Internet Explorer.

PÉDAGOGIE

Présentations, exemples, mises en pratique, exercices concrets, partage d'expériences.

3 jours - 21 heures

code : 46024 prix : 1 285 € HT

Paris

du 14 au 16/3/2016
du 6 au 8/7/2016
du 17 au 19/10/2016
du 13 au 15/3/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

CONCEVOIR UN REPORTAGE VIDÉO POUR LE WEB



Objectif

Découvrir les techniques de la vidéo pour le web, de la préparation des séquences à la diffusion des images.

La place de l'image sur internet

- Panorama des genres télévisuels sur internet.
- L'image sur le web : films, clips, documents, reportages, photos.
- La convergence numérique (image, texte) : l'impact journalistique de l'interactivité.
- Les médias traditionnels sur le web : une offre enrichie.

Le reportage pour le web : quelles spécificités ?

- Les contraintes de tournage propres à internet.
- Éloge de la brièveté : les raisons techniques, les raisons liées au média, la technique du feuilletonnage.
- La place de l'écrit : le bon rapport texte/image.

Utiliser les techniques traditionnelles du reportage

- La construction du sujet.
- Le respect de l'angle.
- Raconter une histoire : les principes de narration.

Réussir la préparation du reportage

- Déterminer les séquences.
- Construire le plan de tournage.
- Le reportage sur le terrain.
- Le rôle essentiel du son : son d'ambiance, son seul.
- Les techniques d'interview.
- L'interview en situation.

L'aspect journalistique du montage

- L'importance du dérushage.
- Bâtir un plan de montage.
- Le choix des plans.
- Le choix des sonores.

La voix off

- Le rapport texte/image.
- Utiliser un style direct.

→ Réalisation de reportages dans les conditions réelles

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Il est nécessaire d'avoir une pratique régulière de publication sur le web.

PÉDAGOGIE

Présentations, exemples, mises en application pratiques, exercices sur le terrain.

5 jours - 35 heures

code : 46049 prix : 1 950 € HT

Paris

du 14 au 18/3/2016
du 27/6 au 1/7/2016
du 26 au 30/9/2016
du 13 au 17/3/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

LA PRATIQUE ÉDITORIALE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Objectif

Écrire sur Twitter et Facebook, adopter le ton adapté pour diffuser et promouvoir ses contenus éditoriaux.



Définir son positionnement éditorial sur Facebook et Twitter

- Choisir le réseau où se trouve sa cible.
- Définir le ton et le style par rapport au média traditionnel : continuité ou rupture ?

Pousser du contenu sur Twitter

- Apprendre à dire en 140 signes : un autre titre à son article.
- Cerner le positionnement éditorial des médias sur Twitter, celui de ses concurrents.
- Écrire pour être retweeté : priorité à l'information, l'humour, la surenchère, la provocation ?
- Écrire sur Twitter : travail de journaliste et de web-marketeur.
- Gérer les trolls et le bashing.

→ **Ateliers pratiques d'écriture et de mise en avant de contenus**

Promouvoir du contenu sur Facebook

- Partager le contenu des amis.
- Promouvoir ses productions multimédias.
- Quel ton adopter pour être partagé : priorité à l'information, au lol, à la complicité ?
- Utiliser Facebook pour donner une seconde vie à ses sujets.
- S'appuyer sur sa communauté pour enrichir son contenu.

→ **Ateliers pratiques d'écriture et de promotion de contenus**

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Avoir des comptes Twitter et/ou Facebook créés et actifs ou avoir préalablement suivi « Découvrir Twitter et Facebook » page 32.

PÉDAGOGIE

Exemples, mises en application pratique, échanges de bonnes pratiques.

2 jours - 14 heures

code : 46068 prix : 1 040 € HT

Paris

les 19 et 20/5/2016
les 21 et 22/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

ADOPTER UN POSITIONNEMENT ÉDITORIAL SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Objectif

Définir sa stratégie de présence social média pour promouvoir ses contenus et faire rayonner sa marque de presse.



Définir sa présence social média

- Fixer ses objectifs sur les réseaux sociaux.
- Définir sa cible.
- Choisir le réseau social adéquat sur lequel s'appuyer en fonction de sa cible : en connaître les usages et les codes.
- Mettre en place un plan d'actions échelonné : quel contenu, quel rythme de publication, quel ton adopter, quelles interactions avec sa communauté ?

→ **Exemples et applications pratiques**

De la stratégie à la mise en œuvre : études de cas

- Définir ses besoins, ceux de la communauté visée pour déterminer son ambition communautaire.
- Des stratégies multiples : choisir celle adaptée à son organisation.
- Intégrer la stratégie communautaire à la politique générale de l'entreprise.

→ **Études de cas, ateliers sur des mises en œuvre concrètes**

Mettre en œuvre sa stratégie communautaire

- Élaborer un guide pratique.
- Penser avant d'agir.
- Réaliser une veille sectorielle, définir ses ressources.
- Repérer des contributeurs, les solliciter, les impliquer.
- Organiser sa stratégie de social média manager.
- Définir des indicateurs efficaces.
- L'importance du reporting.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes, community managers dans un média.

PRÉREQUIS

Avoir une pratique avancée des principaux réseaux sociaux (Twitter et Facebook).

PÉDAGOGIE

Présentation, exemples concrets, applications pratiques, partages d'expériences.

2 jours - 14 heures

code : 46052 prix : 1 050 € HT

Paris

les 9 et 10/3/2016
les 26 et 27/9/2016
les 9 et 10/3/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

ANIMER SA COMMUNAUTÉ EN LIGNE



Objectif

S'appuyer sur sa communauté pour échanger, partager, enrichir l'activité éditoriale de son média.



JE VIS MA FORMATION

dans la peau d'un community manager et je fidélise ma communauté.

Concept à découvrir page 3

Appréhender la notion de communauté

- Le web 2.0 a changé la fabrication de l'information et son mode de consommation.
- Exemples de communautés sur internet.

Définir le rôle d'une communauté

- Fidéliser son audience.
- Faire participer son audience.
- Donner une dimension sociale à l'information.

Déterminer le profil du community manager

- Avoir le sens de l'information et le sens du marketing : trouver le bon équilibre.
- Comprendre le web 2.0, connaître et utiliser ses outils.
- Créer et faire vivre du contenu attractif.
- Le goût du lien avec les autres.

Identifier les missions du community manager

- Lancer des conversations, organiser des débats, entretenir le relationnel.
- Solliciter sa communauté : appel à témoignages, compléments d'information...
- Faire participer sa communauté : initier le crowdsourcing.
- Générer du buzz et créer du trafic.
- Renforcer la notoriété et veiller à l'e-réputation du média.

Animer sa communauté

- Cerner les outils pour identifier sa communauté.
- Respecter les principes fondamentaux : transparence, implication, partage, audience.
- Modérer sa communauté.

→ Exercices pratiques

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Avoir un blog, animer un ou plusieurs réseaux sociaux.

PÉDAGOGIE

Présentation, exemples, mises en application pratiques, exercices concrets.

2 jours - 14 heures

code : 46025 prix : 1 050 € HT

Paris

les 10 et 11/3/2016
les 4 et 5/7/2016
les 17 et 18/11/2016
les 13 et 14/3/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

ÉVÉNEMENTIALISER SA PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



Objectif

Promouvoir l'image et l'audience de son titre sur le numérique grâce à de nouveaux partenariats de contenus.

Découvrir le partenariat de contenus

- Comprendre le principe de ce partenariat.
- Définir une stratégie pour mettre en place ses partenariats.

→ Études pratiques d'exemples

Mettre en place des partenariats contenus/réseaux

- Identifier des partenaires et potentiels contributeurs (institutionnels, marques, forums, blogs...).
- Connaître la spécificité des partenariats avec des blogueurs.
- Proposer un dispositif gagnant-gagnant.
- Exemples et applications pratiques.

Créer des temps forts multiréseaux

- Identifier des thématiques phares, à fort potentiel viral dans son univers et dans celui de ses concurrents.

- Choisir les réseaux sociaux adéquats sur lesquels s'appuyer en fonction de sa cible.
- Mobiliser les ressources internes nécessaires pour mener à bien l'opération.
- Établir un planning éditorial dédié.
- Se nourrir d'exemples de titres qui jouent la carte des partenariats de contenus.

Mettre en scène ce nouvel UGC et créer une nouvelle audience

- Créer une identité visuelle forte.
- Faire la promotion de ce contenu généré par de nouveaux producteurs de contenus sur ses sites, newsletters et réseaux sociaux.
- Manager ses partenaires pour qu'ils relaient sur leurs propres réseaux.
- Mettre en place des indicateurs de performance pour évaluer les retombées de l'opération.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes community managers de tous médias, responsables marketing et développement, rédacteurs en chef, chefs de projet, chefs de service.

PRÉREQUIS

Avoir une pratique avancée sur les réseaux sociaux.

PÉDAGOGIE

Présentation, exemples concrets, application pratique, partage d'expériences.

2 jours - 14 heures

code : 46104 prix : 1 050 € HT

Paris

les 22 et 23/2/2016
les 22 et 23/8/2016
les 23 et 24/2/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com



LES BASES DE LA PHOTO DE PRESSE

Objectif

Maîtriser les paramètres essentiels pour réussir ses photos de reportage print et web.



Maîtriser les fonctions de son appareil

- Prise en mains de l'appareil.
- Maîtriser les paramètres fondamentaux : vitesse et profondeur de champ, lumière, cadrage et composition de l'image.
- Travailler en manuel ou en automatique.

Réussir un portrait

- Réalisation d'un portrait en situation de production. Un cahier des charges extrêmement précis est fourni pour avancer dans cet exercice difficile.

Partir en reportage

- Préparation et production d'un reportage simple.
- Construction du sujet, repérage, hiérarchisation de l'information.
- Recherche de l'angle et variation des plans.

Gagner en aisance dans sa prise de vue

- Exercices pour gagner en rapidité, savoir se placer.
- Photographier les personnages d'une scène sans qu'ils se rendent compte de la présence du photographe.

Maîtriser les principes d'editing et de mise en pages

- Édition et mise en pages des différents travaux pratiques et reportages de la semaine.
- Exposé de synthèse sur les principes de lecture et d'analyse de l'image.

→ Exercices de prise de vue

→ Analyse critique du travail des participants

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience dans la prise de vue pour le print ou le web. Ceux qui le souhaitent peuvent venir en formation avec leur propre appareil photo.

PÉDAGOGIE

Exercices pratiques, mise en situation réelle sur le terrain.

CFPJ BOX

- Module e-learning **Image et information**



5 jours - 35 heures

code : 43046 prix : 1 730 € HT

Paris

du 8 au 12/2/2016
du 5 au 9/9/2016
du 30/1 au 3/2/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

TOURNER AVEC SON SMARTPHONE

Objectif

Découvrir les techniques de prise de vue avec un téléphone portable, mettre en ligne sa production multimédia.

L'écriture multimédia

- Panorama des genres vidéo sur le web.
- Scénariser un article multimédia.
- Faire vivre texte, son et vidéo sur une page web.

Décoder la grammaire des images

- Composition de l'image.
- Les différents types et valeurs de plan.
- Lumière et température de couleur.
- Les pièges à éviter.
- La notion de séquence.
- Le découpage.

→ Atelier reportage

- Tournage en extérieur avec un mobile.
- La prise de son.
- Visionnage critique des rushes.

Réussir son montage

- Découverte du logiciel.
- Dérushage, indexation et montage.
- Mixage des sons, ambiances et musiques.
- Les effets : transitions, volets, incrustations.
- La postproduction : génériques, titres, sous-titres...

Maîtriser les aspects journalistiques du montage

- Bâtir un plan de montage.
- Plan de début et plan de fin.
- Les entrées en séquence.
- Le choix des sonores.

Optimiser sa mise en ligne

- L'intégration sur un blog.
- Diffuser sa vidéo sur les réseaux sociaux.
- Perspectives et limites.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux du cadrage et des valeurs de plan.

PÉDAGOGIE

Présentations, mise en application, exercices sur le terrain.

2 jours - 14 heures

code : 46029 prix : 1 095 € HT

Paris

les 21 et 22/1/2015
les 9 et 10/6/2016
les 3 et 4/11/2016
les 19 et 20/1/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

PRÉPARER UN BRIEF POUR UN INFOGRAPHISTE



Objectif

Cerner son sujet de datajournalisme pour donner les informations nécessaires et travailler efficacement avec un infographiste.



Connaître les bases de l'infographie

- Quelle forme utiliser pour quelle information ?
- S'initier aux principes de base de la géométrie et aux nuances de couleurs.
- Connaître les règles statistiques de représentation.
- Repérer les outils disponibles.

Trouver un angle, une histoire à partir d'une base de données

- Explorer les données et les prévisualiser.
- Trier les données en vue de faire émerger un angle.
- Hiérarchiser et organiser l'information en fonction du ou des format(s) de publication.

Élaborer le brief pour l'infographiste

- Comprendre comment travaille un infographiste : ses outils, ses contraintes, ses besoins.
- Quels documents préparer ?
- Découvrir les clés d'un brief clair.
- Parler de fond et de forme.
- Analyser d'exemples.

→ **Nombreux exercices et cas pratiques, mise en situation**

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes, producteurs de contenus multimédias désireux de se lancer dans un projet de datajournalisme.

PRÉREQUIS

Maîtriser le tableur.

PÉDAGOGIE

À partir d'un sujet d'actualité, exercices pratiques de partage d'informations avec un infographiste en vue de mener un projet en datajournalisme.

1 jour - 7 heures

code : 46106 prix : 625 € HT

Paris

le 12/4/2016
le 25/10/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

En partenariat avec

WEDODATA

DATAVISUALISER L'ACTUALITÉ, UN ÉVÉNEMENT



Objectif

Définir une stratégie, choisir les compétences et les outils pour datavisualiser un événement à court ou moyen terme.



Le cas des publications d'actualité

- Être réactif grâce à ses propres librairies de données.
- Utiliser efficacement les sources de statistiques officielles et l'Open Data.
- Infogram et Piktochart : des outils rapides de visualisation interactive.

Une enquête publiée en série

- Trouver des angles d'attaque en fonction des publics visés.
- Travailler l'unité visuelle et de ton éditorial.
- Faire vivre la série dans le temps : rétroplanning, communication sur les réseaux sociaux.

Une web application événementielle

- Détecter un sujet porteur, faire l'état des lieux des réalisations sur le sujet.
- Données disponibles et expériences utilisateurs.
- Identifier toutes les étapes de réalisation : du storyboard au développement.
- Intégrer ou pas une version mobile ?
- Comment pérenniser un développement dans le temps ?

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes, producteurs de contenus multimédias désireux de se lancer dans un projet de datajournalisme.

PRÉREQUIS

Maîtriser le tableur et les graphiques simples de visualisation.

PÉDAGOGIE

À partir d'un sujet d'actualité, mesurer et anticiper l'amplitude d'une enquête de datajournalisme selon son rythme de publication.

1 jour - 7 heures

code : 46105 prix : 625 € HT

Paris

le 14/6/2016
le 13/12/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

En partenariat avec

WEDODATA

ÉCRIRE POUR ÊTRE LU

 Objectif

Acquérir les techniques rédactionnelles pour proposer des articles plus percutants aux lecteurs.



JE VIS MA FORMATION

dans la peau d'un journaliste de terrain et je mets en œuvre toute la démarche éditoriale dans mes articles.

Concept à découvrir page 3

Connaître les principes essentiels

- Comprendre les attentes des lecteurs.
- Découvrir les niveaux de lecture.
- S'appuyer sur les lois de proximité.
- La place du visuel et de la maquette dans la lecture des journaux.
- Les critères de sélection de l'information.
- Mesurer l'impact du numérique sur les nouveaux modes de consommation de l'information.

Maîtriser le message essentiel

- Qui, quoi, où, quand, comment, pourquoi ? Les six questions fondamentales que se pose le lecteur, auxquelles doit répondre le journaliste.
- Maîtriser le sujet de son article.
- Exercices d'identification du message essentiel.
- Rédiger des brèves.
- Rédiger en 140 signes.

Déterminer un angle

- La prise en compte rédactionnelle des lois de proximité.
- Définir la notion d'angle.
- Différencier le sujet de l'angle.
- Connaître des techniques de choix d'angles.
- Visualiser les angles avant d'écrire.
- Préparer et rédiger un synopsis.

Trouver et vérifier ses informations

- Connaître les différentes sources des journalistes.
- Instaurer la bonne distance avec les sources.
- Utiliser internet comme source d'informations : avantages et limites.
- Optimiser la recherche avec les moteurs.
- Valider les informations et les documents provenant du web.

Structurer son article

- Connaître les différents plans possibles : caractéristiques, avantages et inconvénients.
- Distinguer les plans de la presse quotidienne et ceux de la presse magazine.
- Adapter la construction de l'article au sujet et à l'angle.
- L'enchaînement des séquences au sein de l'article.
- Analyse d'articles avec différents plans.

Se lancer dans l'écriture

- Vaincre la peur de la page blanche.
- Choisir le mot juste.
- Travailler la construction des phrases.
- Rendre l'écriture vivante et rythmée.
- Les méthodes de créativité au service de l'enrichissement du style.

Faciliter le parcours de lecture : l'habillage des articles

- Articulier les titres et les chapô, les titres et les exergues.
- Veiller au rapport titre / image / légende.
- Adapter le titre et l'attaque aux genres journalistiques.
- Soigner l'attaque et la chute.
- Connaître les notions de base du référencement et son impact sur la rédaction des titres pour le web.

Connaître les genres journalistiques

- Maîtriser la technique du compte rendu.
- S'initier au genre journalistique le plus transversal : l'interview.
- Les spécificités du reportage, de l'enquête et du portrait.

Maîtriser la prise de notes

- Conseils pratiques : noter efficacement.
- Conférence de presse simulée.
- Rédaction d'un compte rendu.

Réaliser un reportage sur le terrain

- Préparer son reportage et son brief avant la sortie.
- Collecter les informations sur le terrain : tous les sens en éveil.
- Rédiger son reportage.
- Suivi individuel lors de ces différentes étapes.

→ **Nombreux travaux pratiques pendant les deux semaines**

→ **Sortie sur le terrain**

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias, débutants ou ressentant le besoin de valider leur pratique professionnelle.

PRÉREQUIS

Une première expérience dans l'écriture journalistique.

PÉDAGOGIE

Présentation des principes d'écriture journalistique renforcée par de nombreux exercices pratiques et mises en situation sur le terrain.

CFPJ BOX

- **Hotline pédagogique :** suivi des écrits des participants



10 jours - 70 heures

code : 43010 prix : 2 815 € HT

Paris

du 18 au 29/1/2016
du 21/3 au 1/4/2016
du 22/8 au 2/9/2016
du 3 au 14/10/2016
du 5 au 16/12/2016
du 16 au 27/1/2017

En 5 + 5 jours

- du 22 au 26/2/2016 puis du 4 au 8/4/2016
- du 30/5 au 3/6/2016 puis du 27/6 au 1/7/2016
- du 24 au 28/10/2016 puis du 21 au 25/11/2016
- du 20 au 24/2/2017 puis du 20 au 24/3/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

LE TITRE : TOUT UN ART



Objectif

Soigner ses titres pour accrocher le lecteur, décliner son titre pour le print, le site et les réseaux sociaux.

Identifier les qualités d'un bon titre

- Analyser un bon titre : ce qui le distingue, ce qui le compose.
- Les fonctions des titres informatifs, incitatifs.
- Connaître les éléments indispensables d'un titre : angle, genre, message essentiel.
- Comment transmettre la ligne éditoriale de son journal par les titres ?

Rédiger des titres informatifs

- Réviser les règles de base : les pièges à éviter, les différentes façons d'élaborer un titre informatif.
- Réécrire des titres creux ou imprécis.

Rédiger des titres incitatifs

- Acquérir les méthodes de titrage par analogies, métaphores, oppositions, jeux de mots, détournements, allitérations...

- Enrichir et épurer des titres incitatifs.
- Déterminer les qualités d'une accroche.
- Maîtriser les règles d'une bonne accroche.
- Surprendre et retenir l'attention.
- Rythmer les accroches.

Titrer selon le support print

- Adapter son titre pour la presse généraliste, spécialisée, magazine, de niche.

Titrer pour les médias numériques

- Découvrir les notions de référencement pour adapter ses titres.
- Prévoir trois titres pour un article : pour le print, le site et les réseaux sociaux.

→ **Nombreux travaux pratiques**

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de l'écriture journalistique.

PÉDAGOGIE

Présentation, exercices concrets, partage de bonnes pratiques.

CFPJ BOX

- Module e-learning
- Les techniques d'écriture



2 Jours - 14 heures

code : 43017 prix : 995 € HT

Paris

les 8 et 9/2/2016
les 16 et 17/6/2016
les 8 et 9/12/2016
les 9 et 10/2/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

RÉUSSIR SON INTERVIEW



Objectif

Acquérir une méthode efficace pour recueillir des informations nouvelles et des opinions originales.

Distinguer les différents types d'interviews

- Les préalables : entretiens documentaires et témoignages.
- Tour d'horizon des différentes interviews possibles.
- La pression de la réaction à chaud.
- Les particularités de l'interview par téléphone.

Élaborer son questionnaire

- Identifier l'interlocuteur selon son angle retenu.
- L'étude de documentation sur le personnage rencontré, sur les thèmes à aborder.
- Préparer sa batterie de questions avec une progression logique.
- Se renseigner sur les questions difficiles.
- Traquer le détail et le chiffre précis.
- Nouer la relation préalable avec l'interlocuteur.
- La négociation autour de l'envoi préalable de la grille de questions.

Conduire l'interview

- La préparation psychologique avant l'interview.
- La prise de notes, filet de sécurité.
- L'intérêt et l'inconvénient d'enregistrer l'interview.

- L'attitude du journaliste. Quand introduire de la distance et quand « copiner » ?
- S'appuyer sur son questionnaire préalable, s'en affranchir quand des angles notables surgissent pendant l'entretien.
- Le rôle de la question ouverte, de la question fermée.
- Rebondir sur une réponse.
- Le rôle de la « question parking » pour apaiser une tension.
- Le principe du « on » et du « off ».

L'écriture de l'interview : transcrire le langage oral

- Adopter le meilleur canevas pour reporter les informations obtenues lors de l'entretien.
- Quelle trame suivre : l'ordre de ses questions ? Par intérêt des réponses ?
- La mise en forme définitive des informations recueillies.
- L'utilisation des observations périphériques et des indices de personnalité pendant la rencontre.

→ **Travaux pratiques, réalisation d'interviews**



PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de l'écriture journalistique.

PÉDAGOGIE

Présentation, applications pratiques, nombreuses mises en situation réelle, partage de bonnes pratiques.

4 Jours - 28 heures

code : 43020 prix : 2 050 € HT

Paris

du 1 au 4/2/2016
du 5 au 8/9/2016
du 6 au 9/2/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

RÉUSSIR SON REPORTAGE

Objectif

Maîtriser ce genre pour faire vivre au lecteur un événement comme s'il y était.

Définir le reportage

- Un genre informatif sensuel.
- Les différents types de reportages.

Préparer un reportage

- Rechercher des sujets et des angles originaux de reportage.
- Vérifier les informations avant.
- Les sens en action : s'entraîner à l'observation, à l'écoute, au goût et au toucher.
- Les méthodes de prise de notes.
- Identifier les illustrations possibles sur le terrain pour l'iconographie de l'article.
- Préparer un grand reportage.

Intégrer les spécificités de l'écriture reportage

- Le recours aux procédés rhétoriques.
- Construire son récit.
- L'importance des personnages, du cadre, des situations et du thème.
- Soigner la scène d'attaque et la scène de chute.

Réaliser un reportage d'actualité

- Les informations qui différencient le reportage du compte rendu.
- Recherche préalable de documentation.

Réaliser un reportage dans le style magazine

- Conférence de rédaction sur les angles et les lieux.
- Méthodologie et exercices sur la technique de rédaction : écriture courte et rythmée au présent de narration, verbes actifs.
- La répartition des citations et des descriptions.
- Varier la relance à chaque paragraphe pour captiver le lecteur.
- Une spécificité magazine : le recours aux comparaisons et aux métaphores.
- Rédiger une attaque et une chute efficaces dans l'angle.

→ **Exercices de réécriture de son reportage**

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Maîtrise des techniques rédactionnelles.

PÉDAGOGIE

Présentation, applications pratiques, mises en situation réelle, partage de bonnes pratiques.

CFPJ BOX

- Module e-learning
- La lisibilité



4 jours - 28 heures

code : 43022 prix : 2 050 € HT

Paris

du 11 au 14/4/2016
du 3 au 6/10/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

MENER UNE ENQUÊTE

Objectif

Acquérir une méthodologie pour conduire le travail d'investigation sur le terrain et la mise en perspective de l'information.

Caractéristiques et typologie de l'enquête

- La place de l'enquête parmi les autres genres journalistiques.
- Quand et pourquoi conduire une enquête ?
- Les différents types d'enquêtes.
- Les composantes de l'enquête.
- La gestion du temps et le choix des sujets.

Recherche d'informations

- Exploiter au mieux sa documentation, son carnet d'adresses.
- Optimiser toutes les ressources qu'offre internet.

Les précautions à prendre

- La préparation des entretiens.
- Recourir aux services officiels.
- Les relations avec le monde judiciaire.
- Travailler avec les magistrats et les avocats des parties civiles.
- Le travail en milieu hostile : se couvrir et couvrir ses sources.
- Les spécificités de l'enquête en locale.

Enquête et déontologie

- Concilier le respect de la vie privée et la liberté d'informer.

Réaliser une enquête

- Choix et faisabilité du sujet.
- La gestion du temps et le choix des sujets.
- Établir un budget prévisionnel.
- Repérage de sources d'information.

Première conférence de rédaction sur les angles

- Premières recherches en vue de la rédaction d'un synopsis.
- Perfectionnement aux techniques d'interview et au recueil de témoignages.

Le rôle de la conférence d'étape

- Reporting sur la matière collectée et les rendez-vous.

Le travail de rédaction de l'enquête

- Travaux pratiques d'écriture de synopsis.
- Les différents types de plans.
- Ordonner les éléments : reportage, interview, documents.
- Étouffer le récit d'enquête.
- La chair de l'article : les astuces pour une écriture vivante.

→ **Correction des enquêtes**

- Examen des travaux individuels et commentaires personnalisés.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes confirmés, pigistes, grands reporters.

PRÉREQUIS

Maîtriser la pratique journalistique et l'expérience de la recherche d'informations.

PÉDAGOGIE

Des investigateurs reconnus expliqueront la conduite de leur travail et leurs techniques. Ils donneront des conseils et des pistes en décortiquant plusieurs de leurs enquêtes.

5 jours - 35 heures

code : 43024 prix : 2 095 € HT

Paris

du 23 au 27/5/2016
du 14 au 18/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

LE COMMENTAIRE SUR IMAGE

 Objectif

Comprendre le rapport texte/image pour acquérir les bases de l'écriture télé.



Intégrer les règles de base du commentaire sur image

- Les différences entre la presse écrite, la radio et la télévision.
- Lire et interpréter une image.
- Raisonner en séquences.

Construire son sujet

- Répartir l'information : le lancement, les éléments du commentaire.
- Le choix des sonores.

Déterminer le rapport texte/image

- Décrire sans faire de paraphrase.
- Lancer les sonores.
- Faire vivre les ambiances.
- Calibrer son texte.
- L'importance de l'attaque : par quoi commencer ?
- Comment conclure et éviter les poncifs ?

Poser sa voix et faire vivre son texte

- Le travail de la voix : intonation, débit...
- La respiration, le rôle de la posture.
- La gestion du stress.

→ Travail avec un comédien

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias, rédacteurs TV débutants.

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience professionnelle dans le journalisme.

PÉDAGOGIE

Alternance entre théorie et exercices pratiques, rédaction de commentaires, enregistrement de la voix.

5 jours - 35 heures

code : 45012 prix : 2 585 € HT

Paris

du 1 au 5/2/2016
du 30/5 au 3/6/2016
du 12 au 16/12/2016
du 30/1 au 3/2/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

MAÎTRISER L'INTERVIEW À LA TÉLÉVISION

 Objectif

Conduire une interview efficace, en direct ou enregistrée : rebondir, anticiper et ne pas se laisser déborder.

Préparer l'interview

- Les différents types d'interlocuteurs et d'invités : l'habitué, l'occasionnel, l'expert, le témoin...
- Choisir le bon interlocuteur et définir un angle.
- Se documenter et s'informer.
- Regrouper ses questions par thème.
- Soigner son introduction et prévoir la conclusion.
- Préparer l'interview avec son invité : ne pas trop en dire hors antenne.

Conduire l'interview

- Reformuler une question, relancer son interlocuteur.
- Insister sans être agressif : combattre la langue de bois.
- L'écoute active : rebondir pour en savoir plus.
- Désamorcer une situation tendue.
- S'adapter en cas de dérapage ou d'imprévu.

Respecter le temps imparti

- Canaliser son interlocuteur et garder la maîtrise de l'entretien.
- Interrompre un invité trop bavard.

Travailler l'interview sur la forme

- La posture et l'importance du « regard caméra ».
- L'interview à l'extérieur : tirer parti de l'environnement.
- La scénographie de l'interview en plateau : le placement, les éléments du décor.

→ Exercices d'application : jeux de rôles et passage en studio

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Avoir déjà une première expérience professionnelle dans le journalisme.

PÉDAGOGIE

Exercices de mise en situation et interviews sur des thèmes d'actualité.

3 jours - 21 heures

code : 45007 prix : 1 670 € HT

Paris

du 13 au 15/1/2016
du 19 au 21/9/2016
du 11 au 13/1/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

CONCEVOIR UN REPORTAGE POUR LA TÉLÉVISION



Objectif

Définir un angle, recueillir l'information sur le terrain et la mettre en forme pour couvrir l'actualité.

Préparer le reportage

- Définir un angle.
- Repérer ses contacts et choisir ses interlocuteurs.
- La construction théorique du reportage : la mise en images de l'actualité.

Réussir la réalisation du reportage

- Respecter les règles de base de l'interview.
- Les plans d'illustration.
- Gérer la contrainte horaire : aller à l'essentiel.
- Le travail collectif dans le reportage : identifier le rôle de chacun.

Maîtriser les étapes du montage

- L'importance du dérushage.
- Sélectionner ses séquences.
- Le choix des sonores.
- Le plan de montage : l'enchaînement des différentes séquences.
- La gestion de la durée impartie.

Écrire un commentaire

- Le rapport texte/image.
- Adopter un style vivant et direct.

Le mixage

- Le rôle de la voix : intonation, débit...
- La respiration.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Avoir déjà une première expérience professionnelle dans le journalisme.

PÉDAGOGIE

Alternance entre théorie et exercices pratiques, réalisation de reportages.

5 jours - 35 heures

code : 45009 prix : 2 585 € HT

Paris

du 11 au 15/4/2016
du 28/11 au 2/12/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

La pratique au quotidien



Tous les sondages le montrent : la **radio** est le média préféré des Français. Elle offre chaleur et proximité mais aussi rigueur et intelligence. Résultat, à l'heure de la **RNT** (Radio Numérique Terrestre) et du boom des **web-radios**, de nombreux journalistes, apprentis ou aguerris, comme de simples amateurs, se lancent aujourd'hui dans l'aventure. Mais voilà, la radio est exigeante et difficile et sans une connaissance approfondie des techniques... le message ne passe pas !

L'AUTEUR

Vincent MARTIN

Journaliste depuis quinze ans, Vincent Martin a commencé comme reporter à France-Bleu avant de présenter les journaux sur France-Info, BFM ou RMC. Co-fondateur et co-dirigeant de la société de production audio-visuelle « Repère Et Capture (REC PROD) », il a aussi été fixeur pour les chaînes américaines ABC et NBC.

Il est aujourd'hui formateur au CFPJ. Journaliste à Radio Nova et au magazine en ligne Brain, il édite aussi le fanzine de société Scènes de Chasse en Bavière, un magazine bi-annuel entièrement fabriqué à la main.

CF031

112 pages

28,50 € + port

ISBN : 9782353070329

Pour en savoir plus contactez-nous au 01 44 09 22 28 ou par e-mail : editions@cfpj.com ou consultez la rubrique édition de notre site : www.cfpj.com

ENQUÊTER À LA TÉLÉVISION



Objectif

Comprendre et décrypter la spécificité de l'enquête en télévision. Maîtriser la mise en forme et s'essayer au genre.

Comprendre les mécanismes de l'enquête à la télévision

- L'enquête en TV : la quadrature du cercle.
- Les autres types d'enquêtes (judiciaire, police...).
- L'enquête TV : une démonstration. Établir un fait, une vérité « cachée ».
- Un peu de droit : la notion juridique du « sérieux de l'enquête ».
- Quelques exemples.

Différencier les genres d'enquêtes

- Les différents types d'enquêtes (actualité, société, investigation) : fonction et traitement à la télévision.
- Les différents formats : JT ou magazine d'information.

Préparer une enquête

- Trouver un angle original.
- La recherche documentaire, la multiplicité des sources.
- Le choix des personnages, la construction des séquences.
- Quelle durée consacrer à la « pré-enquête » ?

Construire son projet

- Caler ses tournages, anticiper les mauvaises surprises.
- Définir les enjeux par séquence : « live » ou interview posée ?
- Les plans d'illustration, la mise en images.
- Comment éviter de se faire manipuler ?

Écrire avant de tourner

- Écrire un synopsis clair et vendeur.
- Organiser un séquencier.

Le tournage

- Anticiper le temps de tournage.
- Les autorisations.
- Laisser tourner la caméra.
- L'importance de la prise de notes.
- Rassurer un témoin, le mettre en confiance.
- S'adapter aux changements de dernière minute.

Le montage

- Organiser le dérushage.
- Bâtir un plan de montage.
- Éviter l'effet catalogue, faire évoluer les enjeux.
- Les particularités de l'écriture.
- L'utilisation des effets.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes audiovisuels.

PRÉREQUIS

Chaque participant doit venir avec des idées de sujet d'enquête.

PÉDAGOGIE

Exercices pratiques et retours d'expériences.

3 jours - 21 heures

code : 45046 prix : 1 680 € HT

Paris

du 29 au 31/3/2016
du 10 au 12/10/2016
du 6 au 8/3/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

RÉALISER UN SUJET MAGAZINE



Objectif

Planifier et gérer chaque étape de la production d'un sujet magazine. Maîtriser ce mode de narration et les contraintes du long format.



Avant le tournage

- 12, 26, 52 minutes... immersion, investigation, grand reportage : les formats et les différents types de sujets magazines.
- Trouver et choisir les intervenants pertinents.
- Éviter la « noyade » devant l'ampleur d'un projet.
- Déterminer le contenu en anticipant la durée de séquence.
- Constituer son équipe.
- Construire un projet réaliste en anticipant les coûts, le temps, les risques.

Pendant le tournage

- Convivence et empathie, conflits et diplomatie de tournage : bien gérer la relation aux « personnages » sur la durée.
- Réaliser la séquence sans faute : entrées et sorties de champ, découpage, variations de valeurs, plans d'écoute, ambiances.

Le plan séquence

- Un idée / une séquence : poser les bonnes questions au bon moment.
- Faire vivre une séquence statique : bien réaliser une interview posée.
- Adapter le rythme de tournage aux contraintes physiques et techniques.
- Travailler en équipe pendant plusieurs jours/semaines.

Après le tournage

- Débriefing et dérusher. Réagir aux imprévus et aux mauvaises surprises.
- Construire un plan de montage : progresser dans le récit, rythmer la narration.
- Écrire pour le magazine.
- La musique : en user sans en abuser.
- Préparer le visionnage.
- Poser sa voix. Les styles selon les diffuseurs.
- Mixage, étalonnage, habillage : ne pas négliger les dernières étapes.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes désireux d'acquérir les fondamentaux de la réalisation d'un sujet magazine long format.

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience journalistique.

PÉDAGOGIE

Alternance de théorie et d'exercices pratiques.

5 jours - 35 heures

code : 45066 prix : 2 495 € HT

Paris

du 8 au 12/2/2016
du 5 au 9/9/2016
du 6 au 10/2/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

ANIMER UN DÉBAT À LA TÉLÉVISION

Objectif

Acquérir les techniques permettant d'assurer la clarté des échanges tout en gardant le rythme et en respectant les équilibres.

Préparer le débat

- Analyser les différents types de débats : face à face, forum en public, seul contre tous.
- Quelle préparation pour quel genre ?
- Choisir le thème et poser la problématique.
- Se préparer et se documenter : les sources.
- Choisir ses invités.
- Concevoir le plan du débat.
- L'introduction : énoncer la problématique.
- La conclusion, le travail de synthèse.

Concevoir la scénographie du débat

- Le placement des invités.
- Le dialogue avec le réalisateur.
- Maîtriser les paramètres techniques.

Garder la maîtrise du débat

- Présenter ses invités.
- Les techniques d'interview propres au débat.
- Rebondir, interrompre, relancer.
- Faire dialoguer les invités entre eux.
- La maîtrise des dérapages.

PUBLIC CONCERNÉ
Journalistes de télévision.

PRÉREQUIS
Avoir déjà une première expérience professionnelle.

PÉDAGOGIE
Exercices pratiques.

1 jour - 7 heures

code : 45022 prix : 625 € HT

Paris
le 16/5/2016
le 10/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81
Demande intra : intramedias@cfpj.com

LE PLATEAU DE SITUATION : ÊTRE À L'AISE DEVANT LA CAMÉRA

Objectif

Plateau en direct ou enregistré : être efficace et convaincant devant la caméra.



Identifier les enjeux de la préparation

- Le rôle du plateau de situation.
- Comment l'intégrer dans le déroulé du reportage ?
- Que dire dans un plateau de situation ?
- Le travail de préparation.
- Écrire dans un style vivant et faire court.
- Le rôle des fiches : comment s'en passer ?
- Le choix du lieu, l'importance du cadre.
- Le rôle du JRI et le travail sur la distance et la focale.

- Refaire une prise : le visionnage critique à chaud.
- Le cas particulier des duplex en direct.
- Les techniques d'improvisation.
- Quelle conduite tenir en cas d'incident technique ?
- Le cas particulier des plateaux de situation en mouvement : apprivoiser les mouvements de caméra.

→ Exercices pratiques et visionnage critique

Maîtriser les conditions d'un plateau réussi

- Le travail de concentration et de relaxation, la respiration.
- Trouver la bonne posture.
- Le regard caméra.
- Gérer un environnement hostile : bruit, public...

PUBLIC CONCERNÉ
Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS
Avoir déjà une première expérience professionnelle dans le journalisme.

PÉDAGOGIE
Exercices et mises en situation.

2 jours - 14 heures

code : 45011 prix : 1 195 € HT

Paris
les 21 et 22/3/2016
les 5 et 6/9/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81
Demande intra : intramedias@cfpj.com

Scannez ces codes et rejoignez CFPJ sur les réseaux sociaux !



PRÉSENTER DES FLASHS ET DES JOURNAUX TV



Objectif

Maîtriser les techniques d'écriture et s'exprimer avec aisance devant la caméra.



Préparer et présenter des flashes d'actualité

- Acquérir les techniques d'écriture.
- Informer dès la première phrase.
- Les ruptures de rythme.
- Élaborer un conducteur.

Préparer et présenter des journaux

- Aller à l'essentiel.
- Les lancements : quelles infos, quelle durée ?
- Éviter les doublons avec le reportage.
- Soigner l'écriture des titres.

Optimiser son comportement face caméra

- Trouver la bonne posture.
- Le rôle de la respiration : la colonne d'air.
- Les changements de caméra.
- Que faire de ses mains ?

Prendre et rendre l'antenne.

- La gestion des incidents techniques.
- L'importance de la voix : débit, intonation, rythme, articulation.
- Trouver un ton naturel.

→ **Atelier d'expression avec un comédien**

→ **Exercices intensifs et visionnage critique**

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Avoir déjà une première expérience professionnelle dans le journalisme.

PÉDAGOGIE

Exercices en plateau et jeux de rôles avec un comédien.

3 Jours - 21 heures

code : 45006 prix : 1 680 € HT

Paris

du 14 au 16/3/2016
du 14 au 16/11/2016
du 27 au 29/3/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

TENIR UNE ÉDITION SPÉCIALE SUR LE TERRAIN



Objectif

Maîtriser le déroulé d'une édition spéciale. Organiser et tenir l'antenne : présentation, duplex, invités, interactivité avec la rédaction.



Découvrir l'édition spéciale et ses impératifs

- Étude d'exemples d'éditions spéciales : les « programmées » (14 juillet...) et les hot news.
- Les acteurs de l'édition spéciale : rédaction en chef, édition, journalistes de terrain...
- La répartition des rôles et du timing de l'antenne.
- La gestion du flux d'informations.
- La gestion des intervenants.
- Les interactions au sein d'une spéciale : la régie, les envoyés spéciaux, les spécialistes plateaux, les réseaux sociaux...

Tenir l'antenne et gérer une édition spéciale

- Exercice pratique de présentation.
- Le storytelling d'une édition spéciale.
- La pertinence et le tri des hot news en live.
- Bousculer l'antenne en fonction de l'actualité.
- Être réactif à l'antenne, la faire vivre en permanence.
- Gérer les imprévus en direct.
- Conclure l'édition spéciale.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes débutants ou expérimentés, journalistes de chaînes d'information continue, journalistes de chaînes TV généralistes.

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience en TV.

PÉDAGOGIE

Exercices pratiques.

2 Jours - 14 heures

code : 45065 prix : 1 195 € HT

Paris

les 29 et 30/3/2016
les 7 et 8/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

S'INITIER À LA TECHNIQUE DE LA CAMÉRA ET À LA PRISE DE VUE



Objectif Prendre en main une caméra numérique pour raconter un sujet en images.

Découvrir la caméra

- Ses fonctionnalités, son menu, ses réglages.
- Les notions techniques clés : les filtres, la balance des blancs, la bulle, la mise au point, le choix du diaphragme et la profondeur de champ.
- Le choix des éclairages.
- Les différents accessoires : micros, « minettes », batteries, pieds...
- La check-list du reporter.

Les techniques de prise de vue

- Le langage des images.
- La composition de l'image.
- Les différents types de plans et leurs principes d'utilisation.
- Les mouvements de caméra (zoom, panoramique, travelling...).

La gestion du son en tournage

- Choix de micros et pistes son.
- La prise de son d'ambiance.
- La prise de son en interviews : les erreurs à ne pas commettre.

Bien filmer une interview

- Choisir un cadre qui ait du sens.
- Se mettre à la bonne distance de son interlocuteur.
- Le rôle de l'arrière-plan.
- Les pièges à éviter.

Approche du reportage

- Le choix de l'angle d'un sujet et sa construction.
- Les principes de la narration par l'image.
- L'importance du découpage en séquences.
- Le respect de la règle des 180° (veiller à l'axe de la caméra).
- Le choix des plans de coupe et d'illustration.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias, JRI débutants, travaillant dans des médias, des sociétés de production, indépendants ou en entreprise.

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience de traitement de l'information par l'image.

PÉDAGOGIE

Cours théoriques et exercices pratiques sur le terrain.

CFPJ BOX

- Module e-learning Images et information



10 jours - 70 heures

code : 45014 prix : 4 795 € HT

Paris

du 11 au 22/1/2016
du 13 au 24/6/2016
du 14 au 25/11/2016
du 5 au 16/12/2016
du 9 au 20/1/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

MAÎTRISER LE MANIÈREMENT DE LA CAMÉRA



Objectif Perfectionner sa pratique de la caméra de reportage, les techniques de cadrage, découpage, éclairage et prise de son.

Développer son efficacité en tournage

- Gagner du temps lors de la préparation.
- La gestion de la logistique.
- Être au cœur de l'action.
- Garder le contrôle dans les situations d'urgence.
- Les bons réflexes en tournage.
- Gagner en vérité : travailler la spontanéité.

Maîtriser la narration par l'image

- Dynamiser ses cadrages, donner du sens à ses images.
- Le rôle de la profondeur de champ.
- Utiliser à bon escient les mouvements de caméra et les travellings.
- L'importance des interviews en situation.
- L'arrière-plan comme vecteur d'information.

Décoder la grammaire de l'image

- Le découpage et le tournage en séquences.

- Travail sur les plans de début et de fin.
- L'entrée en séquence : prévoir ses transitions visuelles et sonores.

Maîtriser le son quel que soit le contexte

- Gérer le son en fonction de son matériel et des contraintes de terrain.
- Les différents types de micros et leur utilisation.
- Les erreurs à ne pas commettre.
- Sons seuls et ambiances pour enrichir le reportage.

Utiliser la lumière à bon escient

- Comprendre les éléments techniques de la lumière.
- L'éclairage direct et indirect.
- L'éclairage en trois points (positionnement, équilibrage).
- La lumière au service de la narration.
- La composition des images.
- Les différents types d'éclairage (lampes Manda, tubes, néons...).
- Maîtriser l'éclairage d'une interview.

PUBLIC CONCERNÉ

JRI expérimentés.

PRÉREQUIS

Avoir un niveau correct dans la pratique de la caméra.

PÉDAGOGIE

Cours théoriques et exercices pratiques sur le terrain.

3 jours - 21 heures

code : 45039 prix : 1 675 € HT

Paris

du 25 au 27/1/2016
du 28 au 30/11/2016
du 23 au 25/1/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

JRI EN SOLO

 Objectif

Devenir un JRI tri-qualifié. Maîtriser les rôles de caméraman, rédacteur et monteur pour réaliser seul un sujet.



Découvrir la vidéo sur le web

- Présentation des différents formats vidéo diffusés sur le web.
- Prise en compte des impératifs de la vidéo sur le web.

Imaginer de nouveaux formats web

- Initiation à la création d'un format web sans tournage (pastille, plateau, infographie, zapping...).
- Création d'habillages pour une vidéo web.

Tourner seul un reportage vidéo pour le web

- Préparer le reportage (choix du sujet, prise de RV, interviews...).
- Prise en main de la caméra et tournage en solo.

Monter seul sur Final Cut

- S'initier aux règles de base du montage à partir des rushs tournés.
- Perfectionner sa technique de montage : mixage, colorimétrie, effets, musique...

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias, photographes de presse.

PRÉREQUIS

Justifier d'une expérience dans un média, connaître les fondamentaux du journalisme.

PÉDAGOGIE

Réalisation en solo d'un reportage de A à Z.

5 jours - 35 heures

code : 45064 prix : 1 950 € HT

Paris

du 4 au 8/4/2016
du 4 au 8/7/2016
du 9 au 13/1/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

PRÉSENTER DES FLASHS ET DES JOURNAUX RADIO

 Objectif

Intervenir en direct à l'antenne pour faire vivre le travail de la rédaction.



JE VIS MA FORMATION

dans la peau d'un présentateur radio et j'interviens en direct à l'antenne.

Concept à découvrir page 3

Hiérarchiser l'information

- Élaborer un conducteur.
- Trouver la logique de l'actualité.
- Identifier les bons enchaînements.
- Concevoir des ruptures de rythme.

Concevoir des titres originaux.

- Bien « vendre » l'information essentielle.
- Choisir un vocabulaire percutant.
- Parler en images.

Rédiger des brèves claires et attractives

- Informer dès la première phrase.
- L'impératif du style direct.

Tenir l'antenne

- La concentration avant le générique.
- Le bonjour et le au revoir.
- Le rôle du sourire.
- Réaliser une interview en direct.
- Utiliser les rappels pour accompagner l'auditeur.
- Gérer les différents éléments d'habillage : virgules, coupures publicitaires, transition avec les tranches.
- Respecter le temps imparti.

Trouver le ton de ses lancements

- Aller à l'essentiel.
- Éviter les doublons avec les sujets.
- Travailler le rythme : varier le style et la longueur des phrases.
- Identifier les sujets qui vont nécessiter un pied.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes radio.

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience dans le journalisme.

PÉDAGOGIE

Exercices et mises en situation réelle.

CFRJ BOX

- Module e-learning
- Les techniques d'écriture**



3 jours - 21 heures

code : 44009 prix : 1 660 € HT

Paris

du 8 au 10/2/2016
du 28 au 30/9/2016
du 8 au 10/2/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

LE REPORTAGE À LA RADIO



Objectif

Maîtriser les techniques de base du reportage d'actualité : la prise de son, l'interview, les règles de la narration.

Préparer son reportage

- Se documenter et trouver des idées.
- Gérer utilement ses contacts.
- Choisir ses interlocuteurs : l'expert ou le quidam ?
- Définir un angle.

Construire son reportage

- Raconter une histoire.
- Développer une écriture sonore.
- Donner à voir, à entendre, à imaginer.
- L'importance du rythme.
- Gérer la contrainte horaire.

Réussir l'interview

- Aller à l'essentiel.
- Préparer son interview.
- Construire un plan et organiser les questions.
- Adopter une écoute active : interrompre, reprendre, reformuler.
- La prise de notes.

Optimiser le travail sur le terrain

- La prise de son avec le Nagra, les réglages.
- L'importance des sons d'ambiance.
- Rester à l'affût : regarder, sentir et écouter.

Le montage

- Choisir les sonores : comment garder l'essentiel ?
- La gestion des sons.
- Faire vivre l'ambiance.
- L'importance du mixage.

Dynamiser son écriture

- Adopter un style vivant et direct.
- Enrichir son style et travailler sur le vocabulaire.
- La nécessité du mot juste et précis.
- Chercher les mots qui sonnent et qui percutent.
- Travailler les rythmes et les sonorités.
- Chasser les tics de langage et expressions toutes faites.
- Soigner l'attaque et la chute.

Soigner le lancement

- Susciter l'envie sans trop en dire.
- Les mots pour « vendre » son reportage.

→ Réalisation de reportages

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes de radio et de web radio.

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience en radio.

PÉDAGOGIE

Exercices pratiques et mises en situation.

5 jours - 35 heures

code : 44026 prix : 1 660 € HT

Paris

du 9 au 13/5/2016
du 21 au 25/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

MAÎTRISER LES TECHNIQUES DU REPORTAGE RADIO



Objectif

Améliorer sa pratique du reportage, adopter de meilleurs réflexes. Perfectionner sa technique sur le terrain. De la prise de son au rendu final.

Les formats, les outils de reportage et de montage

- Présentation rapide.
- Panorama des outils de reportage : du Nagra au smartphone.
- Les fondamentaux de la prise de sons.
- L'écriture spécifique du reportage et du magazine.

Le montage radio

- Le montage sur Nagra sur le terrain.
- Le montage sur le logiciel Netia et la maîtrise du multipiste.

La préparation du reportage

- Le choix de l'angle du sujet.
- La check-list du reporter radio.
- Bien appréhender l'environnement (où se placer dans une manifestation ?).
- Collecter les contacts utiles sur le terrain pour sa rédaction.
- Conserver le lien avec la rédaction.
- Travailler avec des confrères sur le terrain.

Les bons réflexes sur le terrain

- Observer et écouter.
- Repérer à chaud les sons à conserver.
- L'utilisation pertinente des sons d'ambiance.
- Varier les profils des interlocuteurs.
- Gérer le temps du reportage en fonction de la commande.

Le montage et la diffusion du sujet

- Monter son reportage.
- Écrire son lancement.
- Publier son reportage sur le web.
- L'édition multisupport et l'enrichissement du reportage avec des vidéos, des infographies animées, la publication sur les réseaux sociaux.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes radio débutants et expérimentés. Animateurs radio avec une première expérience sur le terrain.

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience du reportage radio et des connaissances de base du montage audio.

PÉDAGOGIE

Réalisation de reportages.

5 jours - 35 heures

code : 44036 prix : 2 610 € HT

Paris

du 8 au 12/2/2016
du 10 au 14/10/2016
du 6 au 10/2/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

LES CLÉS POUR CONDUIRE UNE INTERVIEW



Objectif

Conduire un entretien construit face à des interlocuteurs de plus en plus rompus à l'exercice de l'interview.

Préparer l'interview

- Les différents types d'interlocuteurs et d'invités : l'habitué, l'occasionnel, l'expert, le témoin...
- Juger du potentiel de son interlocuteur à dire des choses.
- Se documenter et s'informer.
- Construire un plan par thème.
- Soigner son introduction et sa première question.
- Préparer l'interview avec son invité : ne pas trop en dire hors micro.

- L'écoute active : rebondir pour aller plus loin.

Respecter le temps imparti

- Canaliser son interlocuteur et garder la maîtrise de l'entretien.
- Interrompre un invité trop bavard.
- S'adapter en cas de dérapage ou d'imprévu.

Cadrer le déroulé et s'approprier les techniques de l'interview

- Les civilités : bonjour, merci, au revoir.
- Le rappel nécessaire et régulier de l'identité de l'invité.
- Corriger une inexactitude, reformuler une question, relancer son interlocuteur.
- Insister sans être agressif.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux des techniques rédactionnelles en radio.

PÉDAGOGIE

Exercices pratiques et réalisation d'interviews sur des thèmes d'actualité.

3 jours - 21 heures

code : 44019 prix : 1 230 € HT

Paris

du 29 au 31/3/2016
du 7 au 9/12/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

CHRONIQUE RADIO : TROUVER SON STYLE



Objectif

Porter un regard original sur l'actualité du jour.

Analyser les différents types de chroniques

- Le billet d'humeur : écrire sur l'air du temps.
- La chronique politique, économique, culturelle ou littéraire.
- La chronique sport.

Trouver son style : de l'humour à la gravité

- Développer sa créativité.
- Le choix des mots : enrichir son vocabulaire.
- Le ton pour le dire : l'importance de la voix.

Faire entendre sa lecture des événements

- Le suivi de l'actualité comme source d'inspiration : isoler un fait.
- La technique des associations d'idées.
- Exploiter une idée et bâtir autour un discours cohérent.

Soigner le début et la fin

- Attaquer pour accrocher l'attention de l'auditeur.
- Conclure.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes de radio et de web radio.

PRÉREQUIS

Avoir une pratique régulière du journalisme radio.

PÉDAGOGIE

Alternance entre théorie et exercices pratiques en studio.

2 jours - 14 heures

code : 44011 prix : 1 230 € HT

Paris

les 16 et 17/5/2016
les 28 et 29/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

COUVRIR UN ÉVÉNEMENT EN DIRECT À LA RADIO



Objectif

Acquérir les techniques permettant de faire vivre l'événement en direct à l'antenne.

Préparer la couverture en direct d'un événement

- Identifier les intervenants.
- Construire le conducteur de son direct.
- Écrire ses introductions, ses relances, ses conclusions.
- Établir des fiches pour éviter les temps morts.
- Prévoir des rappels, des virgules, des ruptures de rythme.
- Prévoir ses éventuels déplacements pendant le direct.
- Sélectionner et préparer le matériel adapté au direct : extérieur, intérieur, sources sonores éventuelles.

Mener un direct vivant et pertinent

- Prendre l'antenne de manière vivante, inattendue.
- Présenter l'événement et les intervenants.

- Expliquer les enjeux de l'événement, assurer une mise en perspective claire et pertinente.
- Donner la parole, la reprendre et relancer un intervenant.
- Mener des interviews efficaces.
- Synthétiser une intervention pour la conclure.
- Faire intervenir le public, les auditeurs et provoquer des échanges.
- Gérer les virgules, les jingles, les ruptures de rythme.
- Garder le fil du direct, s'appuyer sur des rappels.
- S'adapter au déroulement de l'événement.
- Gérer les imprévus.
- Rendre l'antenne en rappelant les temps forts du direct.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes radio expérimentés.

PRÉREQUIS

Avoir travaillé dans une radio.

PÉDAGOGIE

Exercices dans les conditions du direct.

2 jours - 14 heures

code : 44032 prix : 1 220 € HT

Paris

les 21 et 22/3/2016

les 19 et 20/9/2016

les 27 et 28/2/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com



CFPJ LAB, les matinées du multimédia

Depuis 2009, CFPJ Lab est un lieu de rencontres et d'échanges autour des innovations du web.

CFPJ organise régulièrement des matinées gratuites, animées par des experts reconnus qui apportent à la fois un regard technique et une approche journalistique sur le sujet choisi.

Parmi les thématiques traitées

- Newsgame : jouer pour s'informer ?
- Télé connectée et communautés.
- Quelle place pour le photojournalisme en ligne ?
- Réseaux sociaux : liberté d'expression et droit à l'oubli
- La tablette peut-elle aider la presse ?



Scannez ce code et retrouvez CFPJ Lab sur votre smartphone

Vous souhaitez prendre part aux débats et être informé des prochaines rencontres ? Rendez-vous sur le site dédié www.cfpj.com/cfpj-lab

Contact : cfpjlab@cfpj.com

BLOC 4

SCÉNARISATION, ÉDITIONS ET OUTILS

Code	Page	Durée	2016												2017		
			Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Janv.	Fév.	Mars
FORMATIONS CPF																	
La boîte à outils du journaliste numérique	46085	60	3		16-18						20-22		12-14				6-8
Évaluer ses actions éditoriales de CM	46107	60	3		14-16							21-23					15-17
La boîte à outils html du journaliste	46033	61	2					23-24							5-6		
Les outils du web au service de l'enquête	46077	61	3						13-15					2-4			
Réaliser un diaporama	46027	62	2		8-9				13-14					28-29			8-9
Prendre, monter et éditer du son pour le web	46036	62	2	24-25					16-17					24-25			23-24
Podcast, videocast	46013	63	3	29-2							29-31			14-16			22-24
Cartographier : poser des indicateurs sur une carte	46108	63	1					17						29			
Raconter des histoires avec des graphiques interactifs simples	46109	64	1					3						15			
Produire des graphiques interactifs complexes	46110	64	1					10						22			
Les fondements du SR	43031	65	5	1-5						4-8				21-25			6-10
Obtenir une copie sans faute	43032	65	2	21-22				30-31					17-18				23-24
Maîtriser les techniques de l'editing	43035	66	2	22-23				19-20						21-22			
Améliorer son rewriting	43033	66	3		7-9			18-20						21-23			
Les fondamentaux de la maquette	43038	67	3	3-5									17-19				21-23
InDesign - Niveau 1	43052	67	5	8-12					20-24				10-14				
JRI : maîtriser la chaîne de production en autonomie	45067	68	2				7-8								8-9		
Montage : l'art de raconter en images	46109	68	1					12-13						7-8			
Prendre en main Final Cut - Niveau 1	45040	69	5	25-29				30-3									23-27
Le travail de la voix	44005	69	2		10-11										8-9		
Maîtriser le montage son numérique	44014	70	1					25						30			
Animer une tranche d'info en direct	44038	70	5					30-3							5-9		

LA BOÎTE À OUTILS DU JOURNALISTE NUMÉRIQUE



Objectif

Maîtriser des logiciels open source pour proposer de nouveaux traitements visuels de l'information pour accrocher les lecteurs.



JE VIS MA FORMATION

dans la peau d'un rédacteur multimédia et je produis du contenu éditorial en datavisualisation.

Concept à découvrir page 3

Identifier et exploiter les bons outils

- Choisir le logiciel le plus pertinent au service de l'information numérique.
- Intégrer un élément multimédia à un article.

Réaliser une carte interactive

- Identifier les différents types d'informations exploitables sous forme de carte.
- Découvrir et maîtriser les différents outils de cartographie.
- Concevoir une carte interactive avec Google Maps ou Carto DB.

Réaliser une infographie

- Rassembler les données nécessaires à la création d'une infographie.
- Découverte et prise en main des différents outils simplifiés d'infographie.

- Concevoir une infographie en ligne avec Infogr.am Visually...

Réaliser une image interactive

- Dans quel cas utiliser une image interactive ?
- Découvrir et maîtriser les différents outils d'images interactives.
- Concevoir une image interactive avec Thinglink ou Stipple.

Réaliser une frise chronologique interactive

- Rassembler tous les documents pour la création de la frise chronologique.
- Réaliser une frise chronologique interactive avec Timeline JS.

→ Ateliers pratiques

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Pratiquer le journalisme numérique, avoir une curiosité pour les outils multimédias.

PÉDAGOGIE

Présentations, exercices concrets, mises en pratique.

3 jours - 21 heures

code : 46085 prix : 1 575 € HT

Paris

du 16 au 18/3/2016
du 20 au 22/7/2016
du 12 au 14/10/2016
du 6 au 8/3/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

ÉVALUER SES ACTIONS ÉDITORIALES DE CM



Objectif

Comprendre l'importance de mettre en place un reporting, définir ses indicateurs et créer ses tableaux de bord.



Pourquoi et comment mesurer ses actions ?

- Quels indicateurs pour analyser la performance d'une stratégie social media ?
- Définir ses objectifs stratégiques et les KPI's qui s'y rattachent.
- Croiser plusieurs indicateurs pour légitimer une stratégie social media ou la réorienter si besoin.
- Mesurer ses actions pour soi, pour évangéliser en interne et rassurer en externe.

Qu'est-ce que le succès sur les réseaux sociaux ?

- Distinguer courbe d'implication et courbe de contribution.
- Mesurer les comportements.
- Repérer où se situe sa communauté.
- La fin du earned media ?

Maîtriser sa e-réputation

- Surveiller son e-réputation : moteurs de recherche spécialisés, services d'alerte, veille.
- Découvrir des outils de monitoring des réseaux sociaux.

Plongée dans les outils de reporting

- Lire, comprendre et analyser les metrics Facebook.
- Lire, comprendre et analyser les analytics Twitter.
- Lire, comprendre et analyser les analytics Pinterest/Instagram.
- Connaître les outils complémentaires.

→ Travail en atelier « reporting »

PUBLIC CONCERNÉ

Community managers de tous médias, social media managers.

PRÉREQUIS

Avoir une pratique intense des réseaux sociaux.

PÉDAGOGIE

Présentation, prise en main d'outils, mise en situation réelle, partage d'expériences et de bonnes pratiques.

3 jours - 21 heures

code : 46107 prix : 1 285 € HT

Paris

du 14 au 16/3/2016
du 21 au 23/9/2016
du 15 au 17/3/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

En partenariat avec



LA BOÎTE À OUTILS HTML DU JOURNALISTE



Objectif

S'initier aux règles de base du langage html pour gagner en autonomie.



JE VIS MA FORMATION

dans la peau d'un codeur et je programme sur mon blog ou mes datavisualisations.

Concept à découvrir page 3

Connaître les principaux langages de programmation

- Les langages html, PHP..
- Initiation à Javascript.
- Les balises, les navigateurs.

Comprendre le fonctionnement d'un site internet

- La révolution du CMS.
- Accéder à son site web par FTP.
- Le serveur web, les bases de données, les feuilles de styles.

Créer une page html

- Définir sa page : en-tête, titre...
- Insérer un tableau, une image, un lien hypertexte, des commentaires...

- Définir la police, la taille, les caractères gras, italiques.
- Intégrer des caractères spéciaux.

Entrer dans le code source d'une page

- Résoudre facilement toutes les interrogations.
- Redimensionner une image.
- Ajouter des espaces.

Multiplier les possibilités d'insertion dans son site

- Travailler avec les plates-formes de contenu en ligne.
- Insérer une vidéo, une présentation, un son, un pdf, un script, une carte.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Avoir une pratique numérique aguerrie.

PÉDAGOGIE

Présentations, mise en pratique, exercices concrets, partage d'expériences.

2 jours - 14 heures

code : 46033 prix : 1 075 € HT

Paris
les 23 et 24/5/2016
les 5 et 6/12/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81
Demande intra : intramedias@cfpj.com

LES OUTILS DU WEB AU SERVICE DE L'ENQUÊTE



Objectif

Mettre en place une démarche poussée de veille et de recherche d'informations sur le numérique au profit d'un travail de Journaliste Assisté par Ordinateur.



JE VIS MA FORMATION

dans la peau d'un Journaliste Assisté par Ordinateur et j'enrichis mes enquêtes grâce au web.

Concept à découvrir page 3

Maîtriser la recherche sur le web

- Comprendre la logique du référencement d'un moteur de recherche.
- Le web profond.
- Les réseaux sociaux : trouver de l'information pertinente dans le « bruit ».

Le web et ses nouvelles sources d'informations

- La richesse des bases de données : l'open data, le développement du big data.
- Les moteurs de recherche spécialisés.
- Crowdsourcing : quand les internautes deviennent vos enquêteurs.
- Ce que le web ne vous apportera jamais.

Vérifier une information

- Connaître l'auteur d'un site web.
- Démasquer hoax et rumeurs.
- Vidéos, photos : s'assurer de leur authenticité.

Mettre en place une veille

- Comprendre le fonctionnement d'un flux RSS.
- Mettre en place des alertes Google.
- S'informer via les réseaux sociaux avec les bons outils.

Restituer les résultats de son enquête

- Bien mettre en scène son travail d'enquête.
- Les principaux outils de publication web (cartes, infographies, tableaux).
- Maîtriser la diffusion, susciter le « buzz ».
- Faire vivre le débat auprès de ses lecteurs.

→ Ateliers pratiques à partir des travaux des participants

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Avoir une expérience aguerrie du web.

PÉDAGOGIE

Présentations, exemples, applications concrètes à partir des cas des participants, exercices, partage d'expériences.

3 jours - 21 heures

code : 46077 prix : 1 590 € HT

Paris
du 13 au 15/6/2016
du 2 au 4/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81
Demande intra : intramedias@cfpj.com

RÉALISER UN DIAPORAMA



Objectif

Apprendre à raconter des histoires avec des images qui défilent, s'initier au logiciel de montage.

Définir le diaporama multimédia

- Une autre forme narrative avec plusieurs déclinaisons possibles.
- Quand recourir à ce format ?
- Découvrir les différentes formes de diaporamas.
- Construire son diaporama : raconter par l'image.

Maîtriser les outils de conception d'un diaporama

- Identifier les logiciels de création de diaporamas.
- Scénariser son diaporama : structurer le récit par l'image.
- Travailler l'édition du diaporama.
- Les diaporamas muets : l'importance des légendes.

Utiliser le son

- Mesurer l'apport de l'illustration sonore.
- Choisir le bon élément sonore : musique, ambiance ou interview.
- Enregistrer et monter du son pour accompagner un diaporama.
- Analyser le rapport entre son et image.
- Travailler seul ou à deux sur le terrain ?

Créer son diaporama

- Monter un diaporama, mixer le son, les photos.
- Mettre en ligne son diaporama.

→ **Exercices de terrain et analyses critiques**

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias, photographes, éditeurs web.

PRÉREQUIS

Maîtriser la photo, être utilisateur régulier d'internet. Les participants peuvent venir avec leurs photos.

PÉDAGOGIE

Présentations, exemples, mises en pratique, exercice sur le terrain.

2 jours - 14 heures

code : 46027 prix : 1 095 € HT

Paris

les 8 et 9/3/2016
les 13 et 14/6/2016
les 28 et 29/11/2016
les 8 et 9/3/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

PRENDRE, MONTER ET ÉDITER DU SON POUR LE WEB



Objectif

Découvrir les principes de la réalisation sonore pour éditorialiser ses sujets audio et enrichir ses sujets multimédias.

Les fondamentaux de l'écriture audio

- Connaître le lexique, le vocabulaire.
- Cerner ses angles et faire des choix formels.
- Élaborer un sujet.
- Les pièges à éviter.

Le son numérique

- L'utilisation d'un magnétophone numérique.
- Transférer du son.
- Préparer un entretien sonore et les techniques spécifiques de l'entretien sonore.
- Les différents types d'entretiens.
- Les différents types de sons.
- Préparer sa matière sonore.

La réalisation et le montage sonore

- S'initier au logiciel de montage, à sa logique.
- Organiser sa matière sonore, faire des choix formels.
- S'initier au travail de réalisation sonore.
- Travailler sur les bruitages et les sons d'ambiance.
- La question de la musique et des droits de diffusion.
- Monter ses sons et les mettre en ligne.

→ **Travaux pratiques**

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Avoir une pratique du journalisme numérique.

PÉDAGOGIE

Présentations, mises en application pratique, exercice sur le terrain.

2 jours - 14 heures

code : 46036 prix : 1 145 € HT

Paris

les 24 et 25/2/2016
les 16 et 17/6/2016
les 24 et 25/11/2016
les 23 et 24/2/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

PODCAST, VIDEOCAST



Objectif

S'initier à la prise de vue, apprendre le montage audio et vidéo sur des outils simples pour diffuser rapidement ses sujets sur des supports numériques.



Comprendre la montée en puissance de la vidéo sur le web

- Les nouvelles exigences des lecteurs en matière de navigation.
- Marketing viral, web conférence, interview : à quoi sert la vidéo en ligne ?
- La convergence des nouvelles technologies et des médias.
- Simplification des infrastructures et des outils.

Tourner-monter pour le web

- Choisir son matériel selon ses objectifs éditoriaux.
- Penser son sujet en amont : angle, sonores et séquences nécessaires.
- Maîtriser les fondamentaux de la prise de vue : valeur de plan, lumière, prise de son...
- Gérer le tournage sur le terrain : tenir compte des conditions, du temps imparti, raisonner en séquences.
- Éditer et contextualiser sa vidéo pour la mettre en ligne : tenir compte du SEO.

Réussir son montage

- Dérushage, indexation, montage.
- Choisir les séquences images pour le meilleur impact.
- Postproduction express : rajouter génériques, sous-titres...
- Travailler le son (postsynchro, illustration musicale).
- Sélectionner les bons éléments.

Indexer et promouvoir ses contenus

- Présenter efficacement son contenu en soignant l'édition de sa production vidéo.
- Les moteurs de recherche spécialisés.
- Les sites communautaires.
- Jouer la viralité sur les réseaux sociaux.

→ Ateliers pratiques

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Utilisateurs intensifs d'internet. Bonne maîtrise des logiciels internet Explorer ou Mozilla Firefox.

PÉDAGOGIE

Présentations, mises en application, exercices de terrain.

3 jours - 21 heures

code : 46013 prix : 1 595 € HT

Paris

du 29/2 au 2/3/2016
du 29 au 31/8/2016
du 14 au 16/11/2016
du 22 au 24/2/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

CARTOGRAPHIER : POSER DES INDICATEURS SUR UNE CARTE



Objectif

Apprendre à mettre en forme et publier de l'information dans des cartes.



Connaître les concepts de base

- Le géocoding, les polygones, le fichier KML.
- S'initier aux infobulles, aux calques.

→ Exercices pratiques.

Se familiariser avec des logiciels de cartographie

- Découvrir Google maps.
- Découvrir Google Fusion tables.
- Découvrir CartoDB.
- Positionner des points d'intérêt.
- Intégrer des données statistiques.

Concevoir un récit cartographique

- Identifier les types de sujet se prêtant plus particulièrement au récit cartographique.
- Recueillir toute la matière nécessaire pour nourrir un sujet traité en cartographie.
- S'initier aux différents formats narratifs des Story Maps.

→ Nombreux exercices et cas pratiques

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes, producteurs de contenus multimédias désireux de se lancer dans un projet de datajournalisme.

PRÉREQUIS

Maîtriser le tableur.

PÉDAGOGIE

À partir d'exemples des participants, réalisation concrètes de cartographies.

1 jour - 7 heures

code : 46108 prix : 625 € HT

Paris

le 17/5/2016
le 29/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

En partenariat avec

WEDODATA

RACONTER DES HISTOIRES AVEC DES GRAPHIQUES INTERACTIFS SIMPLES



Objectif

Maîtriser des outils en ligne simples afin d'apporter un nouveau traitement visuel à l'information chiffrée.



Découvrir les principaux outils de graphes interactifs

- S'initier aux logiciels de datavisualisation : Datawrapper, Infogram, Highcharts.
- Préparer ses données.
- Choisir la bonne représentation interactive.
- Titrer, sourcer son projet.
- Personnaliser visuellement les graphiques.

S'approprier des outils plus narratifs

- Découvrir Infogram, Piktochart...
- Préparer les données, affiner le scénario.
- Rythmer les formes de représentation : picto/graphes.

Travailler la sémantique

- Découvrir Tagxedo.
- Réaliser des nuages de mots.

→ **Nombreux exercices pratiques**

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes, producteurs de contenus multimédias désireux de se lancer dans un projet de datajournalisme.

PRÉREQUIS

Maîtriser le tableur.

PÉDAGOGIE

Présentation, exercices pratiques, applications concrètes à partir des exemples des participants.

1 jour - 7 heures

code : 46109 prix : 625 € HT

Paris

le 3/5/2016

le 15/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

En partenariat avec

WEDODATA

PRODUIRE DES GRAPHIQUES INTERACTIFS COMPLEXES



Objectif

Maîtriser des outils en ligne évolués, adaptés à des bases de données importantes, dans le cadre d'un projet en datajournalisme.



Découvrir un outil très complet : Tableau public

- Se familiariser avec les différentes visualisations possibles : cartes, graphiques...
- Préparer et intégrer ses données sur l'interface.
- Créer des dossiers interactifs.

Réaliser des graphes relationnels : Raw

- Quand utiliser ce type de visualisation.
- Préparer et intégrer ses données sur l'interface.

→ **Exercices pratiques**

→ **Exercices pratiques**

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes, producteurs de contenus multimédias désireux de se lancer dans un projet de datajournalisme.

PRÉREQUIS

Maîtriser le tableur.

PÉDAGOGIE

Applications pratiques à partir d'exemples des participants.

1 jour - 7 heures

code : 46110 prix : 625 € HT

Paris

le 10/5/2016

le 22/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

En partenariat avec

WEDODATA



AMBASSADEUR

Brice Terdjman | Data scraper, WeDoData et cofondateur d'Errea Consulting

Crédit photo : @DR

« L'open data, le tout numérique et la multiplication des modes de diffusion ouvrent de nouveaux champs éditoriaux pour les journalistes. »

LES FONDEMENTS DU SR



Objectif

Acquérir les fondamentaux du secrétariat de rédaction.



Définir les fonctions du secrétaire de rédaction

- Ses tâches selon les types de journaux.
- Définir sa place au sein des équipes d'un quotidien et d'un magazine.
- Découvrir les outils du SR : code typographique, dictionnaires, usuels, correcteurs, logiciels, bases de données.
- S'inscrire dans les évolutions d'un métier à géométrie variable.

Comment lit-on et comment faire lire

- Connaître les parcours, les temps et les niveaux de lecture pour avoir les moyens d'inciter à lire.
- Utiliser les lois de proximité et les centres d'intérêt du lecteur.
- Trouver l'angle de l'article, qualifier son genre et donner le message essentiel dès les premières lignes.
- Analyser les plans et montages des papiers.

Maîtriser les techniques de lecture de la copie

- Contrôler et adapter le calibrage.
- Dénicher rapidement les fautes d'orthographe et de grammaire.
- Peigner le texte pour en améliorer la syntaxe, le rythme, la ponctuation...

- Assurer la qualité typographique.
- Accroître la lisibilité du texte.
- Vérifier la cohérence des informations, leur formulation et le droit de la presse.

Quand réécrire un papier

- Établir un diagnostic de réécriture.
- Les critères de coupe.
- Exercices de coupe et de rewriting.

Utiliser les niveaux de titraillie dans un article

- Comprendre le rôle du rubricage et des éléments de la titraillie.
- Atelier de titres, accroches, chapeaux, intertitres, exergues, relances, légendes pour des quotidiens et des magazines.

Mettre en scène l'information

- Appliquer les chartes rédactionnelle et graphique du journal.
- Effectuer des crayonnés pour comprendre les rapports texte/image et la mise en scène de l'information pour un lectorat.
- Connaître les règles et le vocabulaire de base du SR, de la maquette et de la chaîne graphique.
- Travailler en PAO dans une formule (sous réserve que les participants maîtrisent XPress et/ou InDesign).
- Préparer les « Bon à tirer ».

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Maîtriser les techniques rédactionnelles. Avoir une bonne orthographe et une initiation PAO.

PÉDAGOGIE

Présentation, mises en application pratiques, exercices, partages de bonnes pratiques.

CFPJ BOX

- Modules e-learning Les techniques d'écriture



5 jours - 35 heures

code : 43031 prix : 1 730 € HT

Paris

du 1 au 5/2/2016
du 4 au 8/7/2016
du 21 au 25/11/2016
du 6 au 10/2/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

OBTENIR UNE COPIE SANS FAUTE



Objectif

Maîtriser les règles de grammaire et l'orthographe. Repérer et corriger ses fautes les plus courantes.

Déjouer les pièges de la langue française

- Revoir de façon pratique les règles principales.
- Marquer le pluriel.
- Éviter les erreurs de ponctuation.
- Renouer avec la concordance des temps.
- Réviser les accords du participe.

Appliquer les règles typographiques

- Bien employer les capitales et les bas de casse.
- Connaître l'écriture des chiffres et des nombres.
- Se servir du style des caractères (italique, gras, romain...).

Identifier les difficultés usuelles

- Supprimer les néologismes, les archaïsmes, les jargons professionnels, les anglicismes...
- Déceler les contresens, les glissements de sens, les impropriétés...
- Vérifier les noms propres, les noms de sociétés, les sigles.

Les outils d'aide disponibles

- Les dictionnaires et autres ouvrages de référence.
- Les logiciels de correction : leur utilisation et leurs limites.
- Les outils disponibles sur internet.

→ Ateliers pratiques

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de la langue française.

PÉDAGOGIE

Rappel des règles de grammaire, de ponctuation dans une approche ludique. Nombreux exercices pratiques.

2 jours - 14 heures

code : 43032 prix : 1 060 € HT

Paris

les 21 et 22/1/2016
les 30 et 31/5/2016
les 17 et 18/10/2016
les 23 et 24/1/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

MAÎTRISER LES TECHNIQUES DE L'EDITING



Objectif

Mettre en scène l'information, de l'article à la rubrique, et affirmer l'identité de son journal print et web.



Mettre en scène l'information et créer des habitudes de lecture

- Bien connaître son lectorat, ses habitudes, ses centres d'intérêt.
- Segmenter un sujet, dégager et hiérarchiser les différents angles.
- Organiser un sujet dans une ou plusieurs pages.
- Obtenir la meilleure cohérence texte/image.
- Élaborer un synopsis et un rough.

Maintenir la ligne éditoriale de son journal

- Analyse des structures les plus courantes des journaux.
- Bien connaître les chartes rédactionnelle et graphique de son journal, analyser celles de ses concurrents.
- Suivre les articles de la commande à la réalisation : les étapes clés et interlocuteurs essentiels.
- Rechercher et clarifier les angles des sujets avec les rédacteurs.

Articuler les éléments rédactionnels

- Mieux typer les différents genres journalistiques.
- Diversifier les hors-textes et les encadrés.
- Harmoniser les titrailes, muscler les accroches et les relances.
- Valoriser les images.

Faire le lien avec les supports numériques

- Connaître les notions de référencement pour les intégrer dans l'édition web.
- Penser l'édition d'un sujet pour le print, le site et les réseaux sociaux.

→ Travaux pratiques pouvant reposer sur des documents apportés par les participants

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Maîtriser l'écriture journalistique.

PÉDAGOGIE

Présentation, nombreux exercices pratiques, échanges de bonnes pratiques.

CFPJ BOX

- Module e-learning
- Les techniques d'écriture



2 jours - 14 heures

code : 43035 prix : 995 € HT

Paris

les 22 et 23/2/2016
les 19 et 20/5/2016
les 21 et 22/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

AMÉLIORER SON REWRITING



Objectif

Maîtriser les techniques de réécriture pour enrichir, compléter, simplifier et dynamiser les textes.

Réécrire un article

- Analyser, critiquer un texte et faire un diagnostic de rewriting.
- Connaître les critères de coupe.
- Réécrire avec clarté et concision sans dénaturer.
- Rendre un texte vivant et attractif.
- Planter un décor et raconter une histoire à son lecteur.
- Adapter sa réécriture au genre journalistique.
- Atelier d'entraînement à plusieurs types de rewriting, dans des genres différents.

Conserver un style rédactionnel

- Déterminer et reproduire le rythme et la sonorité d'un style.
- Harmoniser les attaques et les chutes.
- Adapter la titraile au style.

Restructurer un article

- Les critères pour repérer rapidement les défauts de construction d'un article.
- Déterminer l'angle, identifier le message essentiel.
- Choisir le meilleur plan de construction d'un papier selon les informations et le genre journalistique.

- Regrouper et hiérarchiser les informations.
- Créer des encadrés.
- Découper un texte selon plusieurs angles et genres journalistiques.

Vérifier une information

- Contrôler, actualiser, compléter l'information.
- Lister les outils de vérification : sources documentaires, sources vives, sources en ligne...

Réécrire le même texte « à la manière de... »

- Analyser les médias et leur lectorat.
- Étudier leur façon de traiter divers genres journalistiques.
- S'inspirer de leur ton et de leur vocabulaire.
- Reprendre leur manière d'habiller l'information.

→ Ateliers pratiques sur des titres de presse quotidienne et magazine

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Avoir une bonne orthographe.

PÉDAGOGIE

Présentation, exercices concrets, partages de bonnes pratiques. Les participants sont invités à venir avec des textes à retravailler.

CFPJ BOX

- Module e-learning
- La lisibilité



3 jours - 21 heures

code : 43033 prix : 1 220 € HT

Paris

du 7 au 9/3/2016
du 18 au 20/5/2016
du 21 au 23/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

LES FONDAMENTAUX DE LA MAQUETTE



Objectif

Maîtriser les fondamentaux de la maquette pour accrocher l'œil du lecteur.

Ce que tout bon rédacteur-graphiste doit savoir

- Le traitement de l'information : angle, message essentiel, genre journalistique.
- Le rubricage, le calibrage des textes.
- Le circuit de la copie.
- La typographie : les familles de caractères, les gris typographiques.

Maîtriser les règles de lisibilité

- La place du titre, du texte, de l'image.
- Les bons rapports texte/image.
- Travailler la mise en scène de l'information.
- Les erreurs à éviter.

Construire la mise en pages

- Rythmer sa mise en pages.
- Les différents types de grilles adaptés aux divers papiers.

- La grille modulaire.
- Réaliser un chemin de fer : les pages à lire, à voir.

→ Travaux pratiques

Intervenir sur le traitement de l'image

- Les différents modes de traitement de l'image : photographique, illustratif, infographique.
- Choix et cadrage.

Suivre la fabrication

- Bien utiliser la couleur : la charte chromatique.
- Techniques et suivi de fabrication.

→ Retour sur les publications des participants

PUBLIC CONCERNÉ

Rédacteurs-graphistes, directeurs artistiques adjoints, rédacteurs.

PRÉREQUIS

Maîtrise indispensable d'InDesign ou XPress.

PÉDAGOGIE

Présentation, retours d'expériences, applications pratiques.

3 jours - 21 heures

code : 43038 prix : 1 195 € HT

Paris

du 3 au 5/2/2016
du 17 au 19/10/2016
du 21 au 23/2/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

INDESIGN - NIVEAU 1



Objectif

Maîtriser les principales fonctions pour apprendre à concevoir et réaliser des documents.



L'interface

- Outils, palettes, menus contextuels, zooms.
- Paramétrer les Préférences, organiser les palettes.

Le document

- Format du document, marges, colonnes.
- Préparer et utiliser des pages de gabarit.
- Repères, repères commentés.
- Organiser et folioter les pages.
- Préparer des titres de section.

Les objets

- Créer des objets.
- Déplacer, dupliquer, aligner des objets, un objet clé.
- Plan de superposition et empilement des calques.

Les attributs graphiques

- Normes RVB, CMJN, wab, Pantone+.
- Couleurs quadri, tons directs, les noirs.
- Ombre portée, transparence.

Le texte

- Saisir, importer et chaîner du texte.
- Encarts, colonnes, largeur modifiable des colonnes.
- Typographie du caractère et format du paragraphe.
- Régler les césures et la justification.
- Compositeur par ligne, compositeur par paragraphe et universel.

- Filets de paragraphes, lettrines.
- Grille d'alignement du texte.
- Style de paragraphe et style de caractère.
- Option Ajustement.

Les images

- Formats de fichiers d'images.
- Mini Bridge.
- Importer, cadrer, détourer et habiller des images.
- Couleurs des images importées.
- Gérer les liens avec les fichiers importés.

Les tableaux

- Créer un tableau, l'importer de Word ou d'Excel.
- Formater, fusionner des cellules.

La préparation à l'impression

- Imprimer une épreuve du document.
- Vérifier les transparences, les séparations, les résolutions.
- Vérifier et préparer un document pour l'imprimeur.
- Générer un PDF en niveaux de gris, en couleur.

→ Travaux pratiques

- Réalisation d'affichettes, de dépliants, d'une plaquette de quatre pages illustrées et d'une newsletter.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes, secrétaires de rédaction, chefs d'édition.

PRÉREQUIS

Une connaissance de la mise en page traditionnelle et de l'outil informatique est indispensable.

PÉDAGOGIE

1 Mac ou 1 PC par personne ou une tablette graphique mise à disposition à la demande, connecté par fibre, 1 clé USB remise à chacun, 1 livre remis en fin de stage. 8 participants maximum.

5 jours - 35 heures

code : 43052 prix : 1 950 € HT

Paris

du 8 au 12/2/2016
du 20 au 24/6/2016
du 10 au 14/10/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

En partenariat avec



JRI : MAÎTRISER LA CHAÎNE DE PRODUCTION EN AUTONOMIE



Objectif

Comprendre l'environnement informatique du JRI et acquérir une méthodologie pour gérer rigoureusement ses images : de l'import à l'export.



Bien s'équiper

- L'ordinateur adapté au traitement de l'image.
- Les disques externes.
- Les micros pour enregistrer le commentaire sur image.
- Les enceintes.
- Les logiciels de montage.

Importer ses images

- L'acquisition des rushes depuis une caméra ou une carte mémoire.
- Le choix des paramètres.
- Les différents formats des images, les compatibilités des formats, les conversions nécessaires, la différence entre codec et format vidéo.

Stocker et sauvegarder ses rushes

- La sauvegarde sur une image disque (.dmg).
- L'archivage des rushes sur plusieurs disques externes.
- La gestion de ses back up.

Exporter son projet

- La création des différents fichiers vidéo.
- Le choix des formats adaptés à une diffusion à la télévision ou sur le web.
- Les logiciels de conversion vidéo.
- La mise en ligne de ses vidéos sur les réseaux sociaux.

PUBLIC CONCERNÉ

JRI freelance, JRI, monteurs, assistants monteurs.

PRÉREQUIS

Être JRI.

PÉDAGOGIE

Alternance de cours théoriques et d'exercices pratiques.

2 jours - 14 heures

code : 45067 prix : 1 065 € HT

Paris

les 7 et 8/4/2016

les 8 et 9/12/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

MONTAGE : L'ART DE RACONTER EN IMAGES



Objectif

Acquérir une culture de l'image et comprendre comment elles interagissent entre elles pour raconter une histoire.



La composition de l'image

- La sémiologie de l'image.
- Les techniques de composition.
- Le choix du cadre.
- Les différents types de plans.
- Les valeurs de plans.
- L'enchaînement des images.
- La construction des séquences.

Le rythme du montage

- Réussir l'attaque.
- L'alternance des plans.
- Dynamiser l'interview.
- L'utilisation de la musique.

Les notions clés du montage

- Les effets de montage.
- Les différents types de raccords.
- Le champ, contrechamp, hors champ.
- La règle des 180°.
- La règle des 30°.
- Les transitions, les fondus.

L'analyse critique des rushes

- Visualiser des rushes pour acquérir une culture de l'image.
- Les erreurs à ne pas commettre au montage... et au tournage.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias, JRI débutants et confirmés.

PRÉREQUIS

Travailler régulièrement sur des reportages audiovisuels.

PÉDAGOGIE

Visionnage de rushes et exercices pratiques.

2 jours - 14 heures

code : 45061 prix : 1 265 € HT

Paris

les 12 et 13/5/2016

les 7 et 8/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

PRENDRE EN MAIN FINAL CUT NIVEAU 1



Objectif

Découvrir le logiciel Final Cut Pro et acquérir les techniques journalistiques du montage.

Découvrir le logiciel

- Son interface, ses principales fonctionnalités.
- Le montage sur la timeline.
- Les principes de base : insérer un plan à la fin, entre deux plans, écraser un plan...

Le traitement des rushs

- La sécurisation des rushs (copies, archivage...).
- L'importation dans FCP depuis une carte mémoire ou une caméra.
- Le choix des paramètres d'acquisition, des formats vidéo et des fichiers.
- La création d'événements (rushs) et de projets (montage).
- La classification et l'organisation des rushs.

Découvrir le montage

- Décoder la grammaire de l'image.
- Le découpage et le tournage en séquences.

- Travail sur les plans de début et de fin.
- L'entrée en séquence : prévoir ses transitions visuelles et sonores.

Maîtriser le son

- Les différents types de micros et leur utilisation.
- Les erreurs à ne pas commettre.
- Sons seuls et ambiances pour enrichir le reportage.

Utiliser la lumière à bon escient

- Comprendre les éléments techniques de la lumière.
- L'éclairage direct et indirect.
- L'éclairage en trois points (positionnement, équilibrage).
- La lumière au service de la narration.
- La composition des images.
- Les différents types d'éclairage (lampes Manda, tubes, néons...).
- Maîtriser l'éclairage d'une interview.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes de télévision et du web.

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience dans le tournage vidéo.

PÉDAGOGIE

Exercices pratiques.

CFPJ BOX

- Module e-learning Image et information



5 jours - 35 heures

code : 45040

prix : 2 610 € HT

Paris

du 25 au 29/1/2016
du 30/5 au 3/6/2016
du 23 au 27/1/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

LE TRAVAIL DE LA VOIX



Objectif

Utiliser les techniques employées par les comédiens pour améliorer son expression orale.

Comprendre le fonctionnement de la voix

- Théorie et physiologie.

Apprendre à connaître sa voix

- Les différents paramètres sur lesquels on peut agir.
- Le timbre, le rythme, la respiration, le placement, l'articulation.

Utiliser les techniques de l'acteur

- L'impact de la concentration sur la voix.
- Le rôle essentiel de la respiration.
- Du bon usage du ventre.
- La bonne posture, pour quoi faire ?
- Chauffer sa voix.
- Le sourire qui s'entend à l'antenne.

Travailler sa voix pour parler clair

- Lecture à voix haute de textes non journalistiques : fictions, fables...
- Exercices d'improvisation à partir de dépêches.
- Recherche du ton le plus naturel.

→ Exercices pratiques avec un comédien

- Narration.
- Articulation.
- Décontraction et respiration.
- Enregistrement en studio.
- Écoute critique.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes de radio.

PRÉREQUIS

Intervenir régulièrement à l'antenne.

PÉDAGOGIE

Exercices pratiques et jeux de rôles.

2 jours - 14 heures

code : 44005

prix : 1 195 € HT

Paris

les 10 et 11/3/2016
les 8 et 9/12/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com



MAÎTRISER LE MONTAGE SON NUMÉRIQUE



Objectif

Assurer le montage de ses reportages en toute autonomie.

Maîtriser le fonctionnement du montage numérique

- Rappel sur le traitement informatique du son.
- Présentation du logiciel de montage.
- Règles d'utilisation de base.
- L'acquisition et le browser.
- Montage par addition ou par soustraction.
- Le copier-coller.
- Le droit à l'erreur : comment récupérer un son coupé ?

Sensibilisation aux options avancées

- La fonction stretch.
- Les points de niveau.

Intégrer les possibilités du multipiste

- Le mixage de la musique et des sons d'ambiance.

→ Exercices pratiques

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes de radio et de web radio.

PRÉREQUIS

Maîtriser la prise de son numérique.

PÉDAGOGIE

Présentation, exercices et mises en situation réelle.

1 jour - 7 heures

code : 44014 prix : 625 € HT

Paris

le 25/5/2016

le 30/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

ANIMER UNE TRANCHE D'INFO EN DIRECT



Objectif

Acquérir les techniques et les réflexes de la tranche d'info spécifique au traitement de l'actualité.

Comprendre le fonctionnement d'une tranche d'info

- La répartition des rôles dans la gestion de l'antenne.
- Le rôle de l'anchorman/anchorwoman.
- L'articulation du travail entre le rédacteur en chef et le chef d'édition.
- L'organisation de la rédaction, des reporters radios, des correspondants, chroniqueurs, spécialistes, invités...

- Organiser un débat.
- Intégrer la chronique et les interviews au bon moment.
- Fabriquer une tranche d'info d'une durée comprise entre une demi-heure et une heure.
- Réorganiser la tranche en fonction de l'actualité chaude.

Animer la tranche d'info

- Définir un thème de la tranche en fonction de l'actualité.
- Maîtriser et mener l'interview en direct.
- Animer le débat.
- S'entraîner à gérer l'imprévu à l'antenne.
- Faire face aux problèmes techniques.
- Travailler l'improvisation, la fluidité de l'antenne et le rythme.
- Être réactif à l'antenne et rebondir sur l'info.
- Interagir avec un ou plusieurs auditeurs.

Préparer et construire la tranche d'info

- Préparer et valider les angles des sujets.
- Produire les différents contenus.
- L'écriture spécifique de la tranche d'info.
- Anticiper l'info en fonction de l'agenda.
- Coupler l'information factuelle avec l'analyse des experts en direct.
- Organiser le séquencier, le squelette de la tranche et le timing des formats radio.
- Préparer le conducteur des éléments sonores pour l'antenne.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes radio expérimentés, journalistes de presse écrite et en ligne avec un projet de web radio.

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience du reportage radio et des connaissances de base du montage audio. Maîtriser le montage sur Netia est un plus.

PÉDAGOGIE

Alternance entre théorie et exercices pratiques en studio.

5 jours - 35 heures

code : 44038 prix : 2 495 € HT

Paris

du 30/5 au 3/6/2016

du 5 au 9/12/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

BLOC 5

VENDRE SES SUJETS

	Code	Page	Durée	2016												2017		
				Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Janv.	Fév.	Mars
FORMATIONS CPF																		
Pitcher son sujet	46111	72	0,5				7						19	20				
Rédiger un synopsis	43085	72	1			9								17			29	
Vendre ses piges	43082	73	1				6								7			
Proposer des piges en radio	44037	73	1				11						5					
Présenter et vendre ses sujets à un diffuseur	45034	74	2					2-3							21-22			

PITCHER SON SUJET



Objectif

Découvrir les techniques de présentation orale pour bien vendre son projet ou son sujet en deux minutes.



Petite histoire du pitch

- La tradition de la présentation orale.
- Du sales pitch à l'elevator pitch.
- Le pitch au quotidien.

Les grandes règles du pitch

- Maîtriser les 5W.
- Appliquer les 5C.
- La règle du KISS.
- Penser à la phrase d'accroche : le grab.
- Activer le « call to action ».

Mise en situation

- Trois mots-clés pour se définir.
- Faire un tweet-pitch.
- Avoir conscience du langage du corps.
- Le pitch doctor.

→ Ateliers de mise en pratique

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias, éditeurs, réalisateurs, chefs de projet.

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience dans la prise de parole en public.

PÉDAGOGIE

Acquisition pratique des techniques pour convaincre et vendre son projet.

1/2 journée - 3h30

code : 46111 prix : 395 € HT

Paris

le 7/4/2016
le 19/9/2016
le 20/10/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

RÉDIGER UN SYNOPSIS



Objectif

Apprendre à utiliser cet outil pour mieux vendre ses idées d'articles.

Déterminer le rôle du synopsis

- Définition et fonction d'un synopsis.
- La rédaction d'un synopsis : étape utile dans le travail quotidien du journaliste (formuler une idée de sujet, vérifier sa pertinence et sa faisabilité).
- Le synopsis : outil pour le rédacteur en chef qui sélectionne les propositions des pigistes, pour préparer les conférences de rédaction, gérer le planning éditorial, les dossiers faits à plusieurs mains.

Valoriser son synopsis

- Résumer de manière judicieuse une idée afin de bien vendre un sujet.
- Présentation du synopsis : longueur, écriture, style, titre...
- Une carte de visite et un échantillon de son savoir-faire.
- Accompagner son synopsis : CV et articles publiés.

Lier la préenquête et le synopsis

- Pas de synopsis sans recherches préalables.
- Les informations annoncées doivent être vérifiées et le sujet faisable.

Rédiger un synopsis efficace et vendeur

- Mesurer l'importance de l'angle dans la rédaction.
- Présenter son sujet de manière attrayante sans en dire trop.
- Dans quel cas indiquer les personnes ressources ?
- Protéger son synopsis.

→ Travaux pratiques de rédaction de synopsis

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes rédacteurs, pigistes.

PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de l'écriture journalistique.

PÉDAGOGIE

Présentation, mise en pratique, exercices d'écriture, retour d'expériences.

1 jour - 7 heures

code : 43085 prix : 570 € HT

Paris

le 9/3/2016
le 17/10/2016
le 29/3/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

VENDRE SES PIGES



Objectif

Apprendre à mettre en place une stratégie pour mieux placer ses articles.

Connaître ses droits et les faire respecter

- La loi Cressard : le statut du pigiste, sa rémunération.

Être un journaliste à l'affût

- Trouver des idées de sujets en permanence : mettre en place une veille.
- Des méthodes pour faire germer des idées.
- Constituer et entretenir son réseau.
- L'importance du synopsis : le rédiger, en donner mais pas trop.
- Cibler les titres à démarcher selon ses sujets : ne négliger aucune publication.

Démarcher les rédactions et concrétiser

- Qui contacter ? À quel moment ? Comment ?
- Donner son CV ou non ?
- Comment accrocher son interlocuteur ?

- La concrétisation de la demande : avoir une commande précise, faire des photos ou non, négocier le montant de la pige, des frais, connaître la date de parution...

Assurer la commande

- S'adapter.
- Soigner la qualité à toutes les étapes de sa démarche.
- Respecter le délai.
- Assurer le suivi de la copie après la remise de la pige : jusqu'où aller ?

Les méthodes de travail

- Les outils incontournables du pigiste.
- Gérer son temps de journaliste et de commercial.
- L'organisation à mettre en place pour répondre à plusieurs commandes pour plusieurs employeurs en même temps.
- Rechercher les informations.
- Travailler à plusieurs ou non ? Comment ?
- Grouper les sujets.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes pigistes ou amenés à exercer en indépendants.

PRÉREQUIS

Maîtriser les techniques rédactionnelles.

PÉDAGOGIE

Présentation, retour d'expériences, partages de bonnes pratiques.

1 jour - 7 heures

code : 43082 prix : 570 € HT

Paris

le 6/4/2016

le 7/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

PROPOSER DES PIGES EN RADIO



Objectif

Adopter les bonnes méthodes pour vendre ses sujets aux rédactions et devenir un pigiste efficace.

Identifier sa cible

- Viser juste : à chaque support, son type de sujet.
- Évaluer l'étendue de son réseau.
- Cibler le bon interlocuteur.

Vendre un sujet

- Trouver LA bonne idée de sujet.
- Rédiger un synopsis.
- Convaincre son interlocuteur.

Rédiger sa première pige

- Connaître ses droits et ses devoirs.
- Bien gérer son temps et son argent.
- Travailler seul.

Tenir sur la durée

- Entretenir son réseau et le développer.
- Diversifier ses sources d'inspiration.
- Gérer son temps et son budget sur la longueur.



PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Maîtriser les bases du journalisme radio.

PÉDAGOGIE

Exercices pratiques.

1 jour - 7 heures

code : 44037 prix : 625 € HT

Paris

le 11/4/2016

le 5/10/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

PRÉSENTER ET VENDRE SES SUJETS À UN DIFFUSEUR



Objectif

Rédiger un synopsis pour mettre en forme son projet, trouver un producteur et convaincre un diffuseur.

Être visible

- Travailler son réseau en permanence.
- Être visible sur les réseaux sociaux et sur internet (création de site web) pour mettre en avant son parcours, ses vidéos, multiplier les contacts, développer sa notoriété.

Construire son projet

- Choisir le sujet et l'angle en fonction de la production ciblée.
- Réaliser un travail d'enquête, se documenter.
- Repérer, choisir et gérer ses contacts.
- La gestion des sources images et des archives.

Présenter son projet, soigner l'écriture

- Rédiger une note d'intention, un synopsis, un séquencier permanent.
- La protection des idées : quelles garanties juridiques prendre ?

Choisir son producteur

- Le marché de la production télé.
- Principe de fonctionnement d'une société de production et d'une agence de presse.

Trouver un diffuseur

- Adapter son projet.
- Passer l'épreuve du visionnage.
- Négocier sa rémunération : forfait ou piges ? Journaliste ou intermittent ? Droits d'auteur ou salaire ? Les barèmes selon les formats.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Avoir déjà une première expérience dans le journalisme.

PÉDAGOGIE

Exercices pratiques. Chaque participant est invité à venir en formation avec un synopsis qu'il a rédigé.

2 jours - 14 heures

code : 45034 prix : 1 195 € HT

Paris

les 2 et 3/5/2016

les 21 et 22/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com



Validation des acquis de l'expérience (VAE)

Aux fins de faciliter son développement, la nouvelle loi sur la formation permanente assouplit les conditions d'accès à la VAE et prévoit la possibilité d'accompagner la personne qui demande à en bénéficier. C'est dans ce cadre que CFPJ propose un accompagnement VAE pour la certification « Journaliste ».

Rendez-vous sur le site du CFPJ rubrique VAE pour plus de détails :

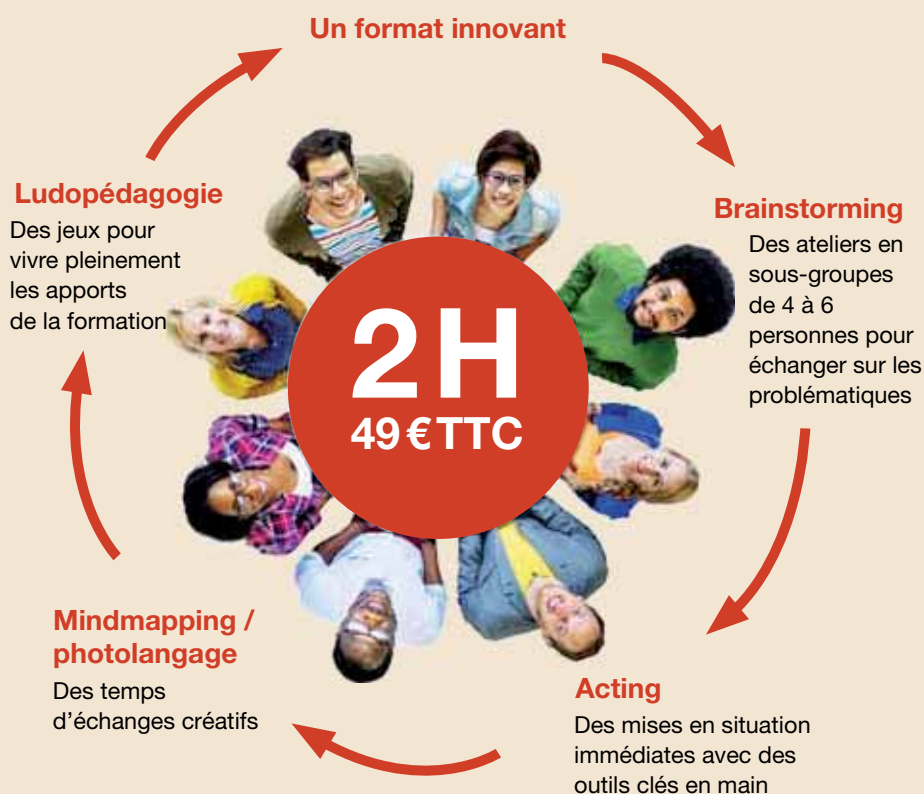
➤ **Présentation**

➤ **Modalités**

➤ **Étapes**

➤ **Financement**

www.cfpj.com



NOTRE OFFRE SOIR ET WEEK-END

- 76 J'OSE PRENDRE LA PAROLE
- 76 JE PROTÈGE MES DONNÉES
- 76 JE DÉCOUVRE LES NOUVEAUX MÉTIERS DU JOURNALISME
- 77 JE DÉCOUVRE LES NOUVEAUX FORMATS NARRATIFS
- 77 JE DÉCOUVRE LE NEWSGAME
- 77 JE DÉCOUVRE LA SOCIAL TV ET LE DATATAINMENT

Pour vous inscrire



SE FORMER LE SOIR ET LE

J'OSE PRENDRE LA PAROLE

Objectif

Découvrir les fondamentaux de la prise de parole.

Je prépare mon message

- Mon objectif.
- Mon message essentiel.
- Mon argumentation.

Je gère mes émotions

- Mon trac.
- Ma respiration.

J'adapte ma posture

- Mon ancrage.
- Mon regard, mes gestes, mon attitude...

POUR ALLER PLUS LOIN

Une formation complémentaire :

- Pitcher son sujet page 72

PUBLIC CONCERNÉ

Pour vous qui souhaitez être à l'aise à l'oral.

2 heures

code : 41031W prix : 49 € TTC

Paris, le jeudi de 19h à 21h

le 10/3/2016
le 28/7/2016
le 17/11/2016

Paris, le samedi de 10h à 12h

le 23/1/2016
le 21/5/2016
le 24/9/2016

JE PROTÈGE MES DONNÉES

Objectif

Appliquer une méthodologie et des pratiques simples pour protéger ses données sur le numérique.

Je prends conscience de mon empreinte numérique

- De quelles données parle-t-on ?
- Comment protéger mes données ?
- J'évalue mon niveau de protection.
- Je découvre le principe de la chaîne de confiance.

J'adopte de bonnes pratiques

- Je protège mon ordinateur.
- Je protège mon smartphone.

POUR ALLER PLUS LOIN

Une formation complémentaire :

- Protéger ses sources en environnement numérique page 31

PUBLIC CONCERNÉ

Pour vous qui souhaitez sécuriser vos informations personnelles sur le numérique.

2 heures

code : 46118W prix : 49 € TTC

Paris, le jeudi de 19h à 21h

le 28/1/2016
le 19/5/2016
le 22/9/2016

Paris, le samedi de 10h à 12h

le 12/3/2016
le 30/7/2016
le 19/11/2016

JE DÉCOUVRE LES NOUVEAUX MÉTIERS DU JOURNALISME

Objectif

Cerner les bouleversements de cette profession. Identifier les compétences émergentes.

Je comprends l'accélération des changements dans le journalisme

- En 30 ans : du plomb à Facebook, de la radio à la radio filmée, de la télévision au deuxième écran.

Je découvre les nouvelles fonctions journalistiques

- Je connais les métiers émergents dans les rédactions.
- J'identifie les compétences complémentaires des nouveaux journalistes.

Je comprends les nouvelles façons de travailler dans les rédactions

POUR ALLER PLUS LOIN

Une formation complémentaire :

- Découvrir l'univers du journalisme page 25

PUBLIC CONCERNÉ

Pour vous qui souhaitez connaître les nouvelles compétences dans les rédactions.

2 heures

code : 43115W prix : 49 € TTC

Paris, le jeudi de 19h à 21h

le 17/3/2016
le 21/7/2016
le 24/11/2016

Paris, le samedi de 10h à 12h

le 30/1/2016
le 28/5/2016
le 17/9/2016

WEEK-END

JE DÉCOUVRE LES NOUVEAUX FORMATS NARRATIFS



Connaître les formes narratives numériques.

Je connais les différents traitements qu'offre le numérique

- Enrichir ses articles.
- Traiter l'information en datavisualisation.
- S'appuyer sur un diaporama.
- Proposer une vidéo.
- Immerger ses internautes dans un webdocumentaire.
- Développer le long format.

Je découvre « les formats de l'attention »

- Le serious game et le newsgame trouvent leur place petit à petit.
- La réalité augmentée capte tous les sens.
- Impliquer le lecteur en intégrant ses contenus.

POUR ALLER PLUS LOIN

Une formation complémentaire :

- Journalisme et digitelling *page 80*

PUBLIC CONCERNÉ

Pour vous qui souhaitez vous familiariser avec les nouveaux modes de traitement de l'information qu'offre le numérique.

2 heures

code : 46119W prix : 49 € TTC

Paris, le jeudi de 19h à 21h

le 21/1/2016
le 2/6/2016
le 13/10/2016

Paris, le samedi de 10h à 12h

le 26/3/2016
le 27/8/2016
le 3/12/2016

JE DÉCOUVRE LE NEWSGAME



S'inspirer du monde du jeu vidéo pour développer des formats éditoriaux ludiques.

Qu'est-ce qu'un newsgame ?

- Je découvre les différentes familles de newsgames.

Pourquoi traiter l'information sous forme ludique ?

- J'identifie à quel type d'actualité s'adapte ce traitement narratif.
- Je découvre les différentes façons d'écrire l'information avec un jeu vidéo.

Les compétences nécessaires

- Présentation des acteurs impliqués.
- Je me familiarise avec les coûts de réalisation.

POUR ALLER PLUS LOIN

Une formation complémentaire :

- Enrichir ses contenus vidéo en motion design *page 97*

PUBLIC CONCERNÉ

Pour vous qui souhaitez apporter une information dans un traitement ludique.

2 heures

code : 46117W prix : 49 € TTC

Paris, le jeudi de 19h à 21h

le 11/2/2016
le 16/6/2016
le 20/10/2016

Paris, le samedi de 10h à 12h

le 9/4/2016
le 27/8/2016
le 10/12/2016

JE DÉCOUVRE LA SOCIAL TV ET LE DATATAINMENT



Comprendre les nouveaux usages de la télévision pour mettre en place des dispositifs de « social TV » innovants.

Créer de l'interaction avec les téléspectateurs

- Concevoir une appli de social TV ou utiliser les réseaux sociaux pour proposer aux téléspectateurs une expérience unique et personnalisée.
- Favoriser l'engagement des téléspectateurs avant, pendant et après la diffusion des programmes TV.
- Créer de nouveaux formats de programmes TV interactifs.

Financer des contenus pertinents sur le deuxième écran

- Les mécaniques de monétisation des dispositifs ou projets de social TV.
- Récupérer des données sur les téléspectateurs (datatainment).

POUR ALLER PLUS LOIN

Une formation complémentaire :

- Optimiser ses contenus éditoriaux sur second écran *page 108*

PUBLIC CONCERNÉ

Pour vous qui souhaitez comprendre comment les TV connaissent de mieux en mieux leurs téléspectateurs.

2 heures

code : 45074W prix : 49 € TTC

Paris, le jeudi de 19h à 21h

le 14/4/2016
le 25/8/2016
le 8/12/2016

Paris, le samedi de 10h à 12h

le 20/2/2016
le 18/6/2016
le 8/10/2016

ÉCRIRE TOUS SUPPORTS

	Code	Page	Durée	2016												2017			
				Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Janv.	Fév.	Mars	
FORMATIONS																			
Scénariser l'information sur internet	46016	79	2			3-4										21-22		2-3	
Créer et animer un blog dans sa rédaction	46012	79	3		10-12					15-17						30-2		8-10	
Journalisme et digitelling	46112	80	3							6-8						23-25			
Concevoir et réaliser un web doc	46035	80	5					16-20					10-14						
Enrichir son style® - Niveau 1	43013	81	3			7-9							26-28					6-8	
Enrichir son style® - Niveau 2	43014	81	3			21-23								2-4					
Stimuler sa plume	43015	82	3	27-29				25-27					21-23			25-27			
Écrire avec humour®	43018	82	2				21-22						10-11						
Les codes de l'écriture magazine	43016	83	3			2-4									5-7			6-8	
Développer son sens critique	43114	83	3					11-13						23-25					
Écrire court et dense	43012	84	2		11-12									17-18				6-7	
Du journalisme à l'édition	43087	84	3						1-3					14-16					
Journaliste d'investigation	43111	85	22	11	→												29	9	22
Réaliser un portrait	43026	86	3			16-18							19-21						
Écrire pour la presse jeunesse	43109	86	2					9-10						2-3					
Le reportage photo	43068	87	3					9-11						14-16					
Réaliser un reportage en zone sensible	45055	87	2				11-12						5-6						
Améliorer l'écriture de ses sujets	45060	88	2					26-27						3-4					
Présenter une tranche d'information en télévision	45053	88	5		29-4								12-16					27-31	
Voix et écriture - Niveau 1	44007	89	5	25-29									19-23			23-27			
Voix et écriture - Niveau 2	44008	89	3		1-3								26-28				1-3		
Pratique de la radio	44004	90	5	18-22									12-16			16-20			
La chronique à la télévision	45005	90	2					19-20							5-6				

SCÉNARISER L'INFORMATION SUR INTERNET



Objectif

Maîtriser la mise en scène de l'information sur le web pour accrocher l'internaute.

Écrire moins, informer plus : choisir les bons outils

- Développer les visuels interactifs : un vrai choix éditorial, un confort de lecture pour l'internaute (cartes, infographies...).
- Mêler plusieurs médias : les exigences des lecteurs.
- Écrire multimédia : articuler écrit, audio, images et vidéo.

Concevoir un sujet multimédia

- Choisir les ressources en fonction du sujet.
- Traiter et découper les angles.
- Structurer les différentes ressources multimédias.

Effectuer un reportage multimédia

- De nouvelles narrations avec des ressources multiples : articuler judicieusement les médias sons, images et textes.
- Adapter la vidéo sur internet : séquencer et enrichir avec du texte pour le référencement.
- L'importance de l'ergonomie de la page.

Les spécificités de l'interview multimédia

- Travailler le son en complément du texte.
- Présenter une interview sonore sur internet.
- Valoriser les interviews sur un site.
- L'utilisation du son d'ambiance.

La mise en scène textuelle

- Travailler un editing incitatif tout en restant en tête dans les moteurs de recherche.
- Créer des plans scénarisés.
- Valoriser l'aspect ludique d'un site.
- Concevoir une animation sur internet : élaborer un scénario pour préparer une infographie animée.
- Utiliser les liens externes pour apporter des ressources audiovisuelles.
- Mettre en ligne ses contenus éditoriaux.

→ **Nombreux travaux pratiques**

Approfondissement

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Avoir impérativement suivi « Rédiger pour le web » page 40 ou publier au quotidien sur le web.

PÉDAGOGIE

Présentations, exemples, mises en pratique, exercices concrets.

2 jours - 14 heures

code : 46016 prix : 1 050 € HT

Paris

les 3 et 4/3/2016
les 21 et 22/11/2016
les 2 et 3/3/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

CRÉER ET ANIMER UN BLOG DANS SA RÉDACTION



Objectif

Maîtriser ce mode de publication en ligne pour valoriser son expertise dans un domaine précis.

Maîtriser les principes de base du blog

- Définitions, usage et typologie.
- Les qualités d'interactivité d'un blog.

Créer son blog

- Comparer dans le détail les principales plates-formes.
- Évaluer les choix design.
- Personnaliser le fond d'écran de son blog et son header.

→ **Atelier pratique de création d'un blog**

Écrire pour son blog

- Définir la ligne éditoriale de son blog.
- Éviter l'angoisse du manque de sujets.
- Enrichir son blog par l'insertion de vidéos, de graphiques, de figures, de diaporamas...
- Créer ses propres widgets et « applis ».
- Les erreurs à éviter.

Animer son blog

- Les rétroliens : en faire, en recevoir.
- Les règles de modération des commentaires (a priori, a posteriori, antispam).
- S'inscrire dans une communauté.
- Différencier l'approche des photoblogs.
- Identifier les ressources de photos libres de droits.
- Protéger ses contenus.

Promouvoir son blog

- Via les autres blogs, annuaires et moteurs.
- Quelle utilisation des tags ?
- Le référencement dans les annuaires et sur les sites spécialisés.
- Garantir une bonne visibilité de son blog sur les moteurs de recherche.

→ **Exercices d'application**

Approfondissement

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Utiliser internet régulièrement.

PÉDAGOGIE

Présentations, mises en application pratiques, exercices concrets.

3 jours - 21 heures

code : 46012 prix : 1 230 € HT

Paris

du 10 au 12/2/2016
du 15 au 17/6/2016
du 30/11 au 2/12/2016
du 8 au 10/2/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

JOURNALISME ET DIGITELLING



Objectif

Découvrir les étapes de la création d'un projet interactif en mélangeant des techniques issues du management de projet, de la conception de jeux vidéo et une approche éditoriale forte.



Écrire pour une expérience news immersive : l'histoire avant tout

- Découvrir : panorama des techniques de storytelling.
- Comprendre : du storytelling au digitelling, le bouleversement d'internet.
- Faire : le storyPass, de l'accroche au synopsis.
- Le VerbThinking : s'inspirer des techniques du jeu vidéo pour raconter une histoire.
- Approfondir : penser l'histoire comme une fonction.

- Comprendre : l'interactif et ses chemins, penser l'histoire interactive.
- Faire : le storyDesign, intégrer les règles de la narration et de l'interactif.
- Approfondir : le design interactif, parler avec des formes.

Designer une expérience

- Découvrir : l'expérience, l'empathie au cœur de l'histoire.
- Comprendre : penser multiplates-formes.
- Faire : digitelling pratique, raconter une histoire façon « digital native ».

Écrire pour une expérience news immersive : penser interactif

- Découvrir : l'interactif, de la tête à la main, une histoire de plus de 60 ans.

Approfondissement

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias, photojournalistes, producteurs de contenus web et communicants.

PRÉREQUIS

Être à l'aise avec le digital.

PÉDAGOGIE

Programme itératif et participatif conçu pour favoriser l'expérimentation, l'analyse et le partage des observations.

3 jours - 21 heures

code : 46112 prix : 1 595 € HT

Paris

du 6 au 8/7/2016

du 23 au 25/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

CONCEVOIR ET RÉALISER UN WEB DOC



Objectif

Identifier les étapes nécessaires à la réalisation d'un web documentaire.

Définir le web doc

- Distinguer les différents types de web documentaires.
- Historique et histoires. Vocabulaire. Métiers.
- Visionnage et navigation.

Écrire un web doc

- Construction et narration.
- Développer l'interactivité de son web doc.
- Travail d'auteur et/ou travail de journaliste.
- Le rapport avec les producteurs.

Fabriquer un web doc

- Web doc et indépendance.
- Autofabrication : libertés et contraintes.
- Du projet à la mise en ligne : chemins et difficultés.
- Informer l'internaute, le divertir, l'associer au contenu : vers un nouveau mode de communication.
- Conception interne à une rédaction.
- Web doc et actualité.
- Web doc et réactivité.
- Principes de mesure d'audience.

Choisir les techniques adaptées

- Web doc et techniques web.
- Le développement : durée, contraintes...
- L'interface : entre beauté et efficacité.
- Narration délinéarisée : outils et méthodes du storyboard.
- Les outils de mise en ligne de son web doc.
- Gérer l'interactivité et la modération.
- Gérer les liens et les réseaux sociaux.

Financer un web doc

- Le web doc : quel budget ?
- Choisir de coproduire : avantages et inconvénients.
- De la conception à la mise en ligne : organisation des tâches.

Vendre et diffuser un web doc

- L'écosystème du web doc.
- Les rapports producteurs et diffuseurs.
- Droits et devoirs de l'auteur de web doc.
- Protéger ses projets : Scam, Sacem...

Approfondissement

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Avoir une pratique numérique aguerrie.

PÉDAGOGIE

Atelier pratique à l'aide d'une interface en ligne.

5 jours - 35 heures

code : 46035 prix : 2 670 € HT

Paris

du 16 au 20/5/2016

du 10 au 14/10/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

ENRICHIR SON STYLE®

Niveau 1 - Approfondissement



Objectif

Faire des miracles avec un sujet, un verbe, un complément pour séduire le lecteur.



S'entraîner à la créativité

- Création et autocensure : concilier deux talents opposés.
- Franchir l'obstacle de la page blanche à l'aide de techniques et de procédés favorisant la production d'idées.

Enrichir et épurer son style

- Produire des textes dans lesquels on ne retrouve pas les clichés habituels.
- Méthode pour éviter l'emploi abusif de poncifs et lieux communs.

Enrichir ses papiers et travailler sur la production d'idées

- Décrire les choses ou les faits sous un angle original et inattendu : analogies, comparaisons, métaphores...
- Méthodes de recherche de titres.

→ Nombreux travaux pratiques

→ Applications journalistiques

- Travail rédactionnel à partir de marronniers.
- Trouver un angle original et rendre intéressante une information ordinaire.
- Surprendre le lecteur et enrichir sa réflexion par des formules et des images auxquelles il n'aurait pas songé.
- Écriture d'articles en rapport avec l'actualité.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Maîtriser les techniques rédactionnelles.

PÉDAGOGIE

Exercices d'écriture et de réécriture d'articles, partage de bonnes pratiques.

3 jours - 21 heures

code : 43013 prix : 1 275 € HT

Paris

du 7 au 9/3/2016
du 26 au 28/9/2016
du 6 au 8/3/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

Niveau 2 - Perfectionnement



Objectif

Maîtriser les techniques pour mettre ses sens en éveil et les partager avec le lecteur.

L'apprentissage de l'oreille

- Écouter s'apprend et se cultive.
- Exercer son oreille, l'entraîner à écouter les gens, leurs remarques, leurs exclamations, leurs mots pour enrichir les sujets de reportage.

Les sensations tactiles

- Faire ressentir au lecteur les sensations procurées par une texture, par un objet anobi par la main d'un artiste ou la température d'une matière.

Aiguiser son regard

- Réapprendre à observer l'environnement avec « un regard de touriste » pour illustrer ses articles et les rendre vivants.

Tous les goûts sont dans mon article

- Comme les aliments, nos papilles ont été « pasteurisées ».
- Apprendre à « faire saliver » les lecteurs. Exemple : décrire un plat « gustativement ».

Le pouvoir évocateur d'une odeur

- Elle « parle » directement au cerveau du lecteur.
- Comment capter les odeurs sur le terrain pour être capable de transmettre par écrit les effluves de la vie ?

→ Nombreux exercices pratiques d'enrichissement d'articles et de réécriture

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Avoir impérativement suivi le niveau 1.

PÉDAGOGIE

Travaux pratiques et lectures de textes exemplaires.

3 jours - 21 heures

code : 43014 prix : 1 165 € HT

Paris

du 21 au 23/3/2016
du 2 au 4/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

STIMULER SA PLUME

Objectif

Donner un nouvel élan à son écriture. Se délester des habitudes et des réflexes qui alourdissent le style.



Les critères de la lisibilité et du style

- La phase du constat.
- Redresser son texte : le travail préalable du plan et de l'angle.
- La grille de révision du premier jet : exercices pratiques.
- Les techniques d'autodiagnostic.

→ Exercices de refonte d'articles

Surprendre le lecteur

- La suppression des parasites qui affaiblissent l'attention.
- Cadence des verbes et musicalité des mots : travaux pratiques sur le rythme.
- Les éléments de pulsation du style : trucs et astuces d'écriture.

Enrichir ses articles

- Répartir la créativité dans les différents niveaux de lecture.
- Établir la correspondance entre les différentes parties de l'habillage.
- Le bilan-cohérence entre l'attaque et la chute.

Vers le texte idéal

- Répartir les éléments de plus-value du synopsis.
- Trouver un équilibre entre les parties de cadrage, l'apparition des personnages et l'action de l'article.
- Lisser les débordements de citations.
- Recourir à la métaphore dans le choix des synonymes.
- Monter en gamme dans la respiration des phrases.
- L'enchaînement des attaques de paragraphes.

→ Travail d'amélioration sur les productions des participants invités à venir avec leurs publications

Approfondissement

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Maîtriser les techniques d'écriture journalistique.

PÉDAGOGIE

Exercices d'écriture et de réécriture à répétition.

CFPJ BOX

- Module e-learning **Les techniques d'écriture**



3 jours - 21 heures

code : 43015 prix : 1 275 € HT

Paris

du 27 au 29/1/2016
du 25 au 27/5/2016
du 21 au 23/9/2016
du 25 au 27/1/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

ÉCRIRE AVEC HUMOUR®

Objectif

Écrire avec un nez rouge. Rendre son style plus piquant en se servant de l'arme de l'humour.

Distinguer humour et ironie

- Deux moyens pour communiquer avec originalité.
- L'humour est désarmant, l'ironie est une arme. Distinguer les deux genres et en user selon le type d'écrit.

Un moyen de dédramatiser

- L'humour permet de prendre du recul, il aide le lecteur à relativiser.
- Trucs et ficelles.

Techniques de création d'humour

- Analogies, comparaisons, associations, métaphores, détournements, double-sens, allitérations, calembours.

Jouer avec les mots

- Rapprochements inattendus, évocations d'images...
- Décaler un papier par un jeu de mots.
- Les trois conditions pour que le jeu de mots fonctionne dans l'esprit du lecteur.

Découvrir les ressorts de l'humour

- Exemples littéraires et journalistiques.
- Décalage, contraste, paradoxe.
- Le trait d'esprit et le comique de mots.
- Le double-sens et la contradiction.

Pratique des genres sous l'angle humoristique

- Le billet : l'art de la démonstration et de la chute.
- Manier la polémique et le pamphlet : faire ressortir un axe sémantique.
- La critique et la parodie.

L'humour en situation

- Déplacement et restitution d'une scène.
- Le travail du ton : travaux pratiques.

→ Ateliers pratiques

Perfectionnement

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Maîtriser les techniques rédactionnelles.

PÉDAGOGIE

Nombreux exercices d'écriture pour appréhender les formes d'humour et définir son style.

2 jours - 14 heures

code : 43018 prix : 1 040 € HT

Paris

les 21 et 22/4/2016
les 10 et 11/10/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

LES CODES DE L'ÉCRITURE MAGAZINE



Objectif

Identifier les spécificités de la rédaction magazine.

Les spécificités du concept magazine

- Le rapport texte-image.
- Humaniser les sujets : un parti pris systématique.
- Se focaliser sur l'originalité de l'angle, du plan et des enchaînements.
- Apporter la plus-value journalistique.
- Raconter des histoires.
- Varier le recours aux genres : portrait, reportage, enquête, interview.

La préparation de l'article

- Scénariser l'article.
- Élaborer le synopsis : conseils pratiques.
- Soigner les autres éléments décisifs : habillage, attaque, paragraphes, chevilles, chute, citations.
- Recueillir des anecdotes et des images.

Recueillir l'information hors-cadre

- S'affranchir de la collecte factuelle des informations.
- Collecter au-delà de l'événement.
- Élargir aux cinq sens : apprendre à toucher, sentir, observer, goûter, entendre.

- Apprendre à rechercher, canaliser et orchestrer la réception des informations sensorielles.
- Les techniques de prise de notes propres au magazine.

Le travail de rédaction

- Conforter systématiquement le plaisir du lecteur.
- Le style propre au magazine.
- Les grandes lignes de l'écriture magazine.
- Les règles de lisibilité et de style.
- Le premier travail de balayage du brouillon.
- Le nettoyage de fond de l'article.

La chasse aux lieux communs

- Changer de rythme.
- Les mots-chevilles.
- Choisir ses verbes.
- La force de la métaphore et l'intérêt des comparaisons.

→ Travaux pratiques

Perfectionnement

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Maîtriser les techniques rédactionnelles.

PÉDAGOGIE

Passage en revue des techniques de rédaction dans différents magazines (presse magazine, professionnelle et spécialisée).

3 jours - 21 heures

code : 43016 prix : 1 275 € HT

Paris

du 2 au 4/3/2016
du 5 au 7/12/2016
du 6 au 8/3/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

DÉVELOPPER SON SENS CRITIQUE



Objectif

Maîtriser les comportements et les outils pour développer son sens critique pour enrichir les rubriques Culture, Société, Loisirs.



JE VIS MA FORMATION

dans la peau d'un rédacteur culturel, j'assiste à la projection d'une émission et j'en démonte les ressorts.

Concept à découvrir page 3

Le sens critique, une tournure de l'esprit

- La critique n'est pas une activité intellectuelle neutre.
- Le devoir de passerelle entre l'auteur et le lecteur.
- Les défis, les enjeux et les tentations de la critique.
- Les catégories de la critique.
- Comment naît l'esprit critique.
- Accepter les réactions affectives.
- La formation du jugement : les travers à bannir, les postures à proscrire, les écueils à contourner.

L'angle d'approche et la collecte d'informations

- Percevoir et comprendre une œuvre.
- Impressions et impressions trompeuses.
- Identifier le talent d'un créateur et distinguer sa différence.
- Le recueil des éléments sur le contexte de l'œuvre.
- Le concept de prise de notes totale.

Le style spécifique à l'écriture de la critique

- Rester impartial : le juste milieu entre l'éloge aveugle et la critique au scalpel.
- Le plan propre à la critique ou quand le commentaire devient l'information essentielle.
- Brosser la silhouette d'un artiste : l'art du portrait.
- La nécessaire maîtrise de la langue et l'indispensable réécriture de l'article.
- Le recours aux figures rhétoriques.
- Lecture d'articles remarquables.

→ Travaux pratiques de rédaction

- La suppression des clichés, des poncifs, des lieux communs, des locutions passe-partout.
- Exercices de réécriture d'attaques de paragraphes.
- L'art de la chute.

Approfondissement

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Maîtriser les techniques rédactionnelles.

PÉDAGOGIE

Exposés, mise en situation, jeux de rôle, exercices de rédaction.

3 jours - 21 heures

code : 43114 prix : 1 190 € HT

Paris

du 11 au 13/5/2016
du 23 au 25/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com



ÉCRIRE COURT ET DENSE



Objectif

Maîtriser les techniques rédactionnelles pour placer le lecteur au cœur de l'information.



Choisir d'écrire court

- Quand choisir un format court ?
- Pour quels types de sujets ?
- Définir les critères de l'article court et dense.
- La prise en compte des lois de proximité.
- La mise en évidence de messages essentiels.

→ Exercices à partir de centres d'intérêt des lecteurs.

→ Travaux pratiques : recherche d'angles.

« Faire court » tout en livrant un maximum d'informations

- Conserver les séquences fortes : l'exemple des flashes radio.
- Entraînement à travers la rédaction de brèves.
- Exercices à partir de l'actualité de la semaine.
- Analyser les facteurs de longueur.

Couper les textes sans les amputer

- Supprimer les répétitions.
- Couper les paragraphes.
- Réduire un article long et le rendre passionnant : comment distribuer l'information ?
- Chasser les éléments inutiles, les clichés, les redondances, les lourdeurs.

Enrichir l'habillage des textes courts : les techniques d'accroche

- Densifier titres, chapeaux, accroches, inters, légendes, attaques, chutes et relances.

Écrire sous format imposé

- Le traitement « à longueur variable » des informations.
- Rédiger une information en cinq, quinze, vingt-cinq et cinquante lignes.
- Rédiger en 140 signes.
- Travailler l'éclatement de l'information et sa mise en scène.

Approfondissement

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Maîtriser les notions fondamentales de l'écriture journalistique.

PÉDAGOGIE

Nombreux exercices pratiques d'écriture, mise en situation.

CFPJ BOX

- Module e-learning **Les techniques d'écriture**
- Hotline pédagogique : suivi des écrits des participants



2 jours - 14 heures

code : 43012 prix : 995 € HT

Paris

les 11 et 12/2/2016
les 17 et 18/11/2016
les 6 et 7/2/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

DU JOURNALISME À L'ÉDITION



Objectif

Du journalisme à l'écriture d'un livre d'actualité : acquérir les méthodes pour franchir le pas.



E. Giacometti
Crédit photo : Mélanie AZANVATO

Formation animée par Eric Giacometti, auteur, ancien journaliste.

Mettre au point et vendre un projet éditorial

- De l'article de journal au livre, l'aboutissement d'une démarche d'enquête ou d'une spécialisation.
- Ce qu'un journaliste peut attendre de la publication d'un livre.
- Écrire seul ou à plusieurs, avec un autre journaliste ou un expert.
- De l'idée au projet éditorial.
- Panorama des sujets porteurs.

Découvrir le monde de l'édition

- Proposer son idée à un éditeur.
- Monter et présenter son dossier éditorial.
- Protéger son projet.
- Cibler les directeurs de collection.
- Les méthodes pour démarcher.
- Accepter une commande d'éditeur : ce qu'il faut savoir.

Rédiger un livre et se faire éditer, mode d'emploi

- De l'acceptation du projet à l'écriture du livre.
- La documentation. Recueillir le nécessaire sans s'éparpiller.

- Rappel des méthodes de l'enquête.
- Écrire sur la longueur.
- Écrire clair, écrire vivant pour tenir le lecteur en haleine.
- Tenir le rythme : écrire un livre, un travail au quotidien.
- Respecter les délais, les négocier en cas de difficultés.
- Les problèmes juridiques qui peuvent se poser aux auteurs.
- La législation de l'édition.
- Les aides à l'édition.

Écrire un roman, un secteur porteur

- Les atouts d'un journaliste.
- Les différentes catégories de fiction.
- Choisir entre littérature de voix, de style ou de narration.
- Ne pas se tromper d'éditeur.
- Faire le plan d'une fiction : exemple du roman policier.

→ Témoignages et conseils de deux professionnels : auteur et éditeur

Perfectionnement

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias souhaitant publier une enquête, un essai dans le milieu de l'édition.

PRÉREQUIS

Maîtriser les techniques rédactionnelles.

PÉDAGOGIE

Témoignages et partage de bonnes pratiques avec deux professionnels : un auteur et un éditeur.

3 jours - 21 heures

code : 43087 prix : 1 280 € HT

Paris

du 1 au 3/6/2016
du 14 au 16/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

JOURNALISTE D'INVESTIGATION



Objectif

Maîtriser la méthodologie de l'enquête, de la recherche du sujet à sa rédaction, en étant accompagné par des journalistes chevronnés.



JE VIS MA FORMATION

dans la peau d'un rédacteur enquêteur et j'applique la méthodologie pour réaliser mon enquête pendant la formation.

Concept à découvrir page 3

L'enquête, entre l'analytique et l'humain (3 jours)

- La place de l'enquête parmi les genres journalistiques : quand et pourquoi conduire une enquête ?
- Envisager une enquête de préférence à un reportage.
- Les qualités requises pour s'engager dans une enquête.
- La gestion personnelle du temps, de la concentration et de l'énergie nécessaire à la période de l'enquête.

L'enquête, caractéristiques d'un genre (4 jours)

- Étude des différents types d'enquêtes et de la variété de papiers que ce terme recouvre.
- Analyse et décryptage d'enquêtes.
- Choisir le sujet d'enquête.
- La méthode de l'enquête par hypothèse : formuler son sujet pour bien démarrer une enquête.

Le travail avec les sources (4 jours)

- Debrief sur les sujets de chaque participant après recherches, choix définitif des sujets.
- Le premier cercle de sources : réaliser la cartographie des sources.
- Les différents types de sources et ce qu'elles peuvent apporter.
- Prendre contact avec ses sources.
- Le détour obligatoire par les « sources ouvertes » : ce qu'elles peuvent apporter.
- Préparer et mener un entretien en fonction de l'interlocuteur.
- Se fixer des objectifs, choisir le lieu du rendez-vous, définir la trame de son interview, l'ordre des questions.
- Protéger ses sources et contrer la manipulation.
- Les nouvelles techniques de recherche d'informations : comment le datajournalisme enrichit l'investigation.

Franchir les obstacles dans la progression de l'enquête (4 jours)

- Bilan de l'avancée des enquêtes des participants.
- Croiser ses sources et vérifier les informations.

- Adapter son hypothèse de travail.
- Élargir le cercle de ses sources et contacter des sources indirectes mais parfois très renseignées.
- Éviter le filtre de la communication, manier le off, percer le secret des « boîtes noires ».
- Écriture d'un script pour synthétiser l'histoire.
- Cibler les éléments dramatiques d'un agrégat d'informations.
- Construire une architecture à partir du moindre détail.
- Créer des angles parallèles au récit.

Rédiger l'enquête de longue haleine (4 jours)

- Les techniques d'écriture sur long format : règles pour un papier de plus de 15 000 signes.
- Les différents modes de récit.
- La place des personnages et des témoignages.
- Organiser ses informations dans la masse collectée.
- Les différentes techniques pour dégager un plan. Les méthodes des écrivains au service de la dramaturgie du texte.

→ Exercices d'élaboration du plan des enquêtes de chaque participant

→ Exercices de synthèse et d'écriture sur une partie ou toute l'enquête

Restitution de l'enquête (3 jours)

- Journée de débrief sur les enquêtes des participants : comment lever les derniers écueils pour mettre un point final au travail d'investigation.
- Rendu final à la fin de la première journée.
- Mise en commun des enquêtes de chaque participant : lecture de chaque enquête, partages d'expériences sur les difficultés par sujet, commentaires sur la forme, regards critiques sur les résultats obtenus...
- Vendre l'enquête et la valoriser dans les médias : conseils et précautions à observer.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Les participants sont invités à venir avec une idée d'enquête pour mettre à profit la formation.

PÉDAGOGIE

Réalisation d'une enquête au fil de la formation.
Témoignages de journalistes chevronnés.
Décryptage des enquêtes.
Nombreux exercices sur l'enquête en cours des participants.

22 jours - 154 heures

code : 43111 prix : 6 720 € HT

Paris

- du 11 au 13/1/2016
puis du 23 au 26/2/2016
puis du 4 au 7/4/2016
puis du 17 au 20/5/2016
puis du 27 au 30/6/2016
puis du 7 au 9/9/2016
- du 29 au 31/8/2016
puis du 26 au 29/9/2016
puis du 25 au 28/10/2016
puis du 28/11 au 1/12/2016
puis du 10 au 13/1/2017
puis du 20 au 22/2/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

RÉALISER UN PORTRAIT



Objectif

Maîtriser la méthodologie pour saisir la vérité d'un personnage et l'offrir au lecteur.

L'art du portrait

- La place du portrait parmi les différents genres journalistiques.
- Quelle différence entre portrait et biographie ?
- Les portraits à la française, à l'anglo-saxonne.
- Goûts et couleurs, gestuelle et silhouette, garants du bon portrait.
- Analyse d'un dossier de portrait.

Acquérir les techniques du portrait

- Repérer les informateurs : techniques d'approche.
- La technique de l'escargot.
- L'utilisation des témoignages.
- Dates charnières et événements de rupture.
- L'importance de la recherche d'archives.

Tirer le meilleur parti de la première rencontre

- Le cadre, les circonstances, l'attitude du personnage.
- Gagner la confiance pour susciter confidences et opinions.
- Élaborer le questionnaire.
- Exploiter les contradictions : les précautions à prendre.
- Déjouer l'habileté d'un interlocuteur.

Expérimenter les méthodes de préparation

- Premier choix de l'angle.
- Rigueur de l'information : la méthode d'encercllement.
- Où observer le personnage et où le rencontrer ?

Optimiser son travail sur le terrain

- Le système de prise de notes pour décrire les personnages.
- Questions utiles et questions sans intérêt.
- Comment éviter le portrait-entretien ?

La rédaction du portrait

- L'organisation préalable à l'écriture : la construction du plan.
- Conseils personnalisés dans le cadre de la rédaction des portraits.
- Disséminer dans le texte la matière collectée : détails, citations, anecdotes et descriptions.

Le secret du portrait : la réécriture

- Répartition des éléments sensibles et des citations dans le texte.
- Réécriture de l'attaque et de la chute.
- Enrichissement du premier jet.

Perfectionnement

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Maîtriser les techniques rédactionnelles.

PÉDAGOGIE

Présentation, exercices pratiques, partage de bonnes pratiques.

3 jours - 21 heures

code : 43026 prix : 1 190 € HT

Paris

du 16 au 18/3/2016
du 19 au 21/9/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

ÉCRIRE POUR LA PRESSE JEUNESSE



Objectif

Aborder des sujets complexes avec pédagogie. Adapter son écriture à un public jeune.

Appréhender les spécificités du lectorat âgé de 6 à 18 ans

- Le magazine jeunesse et son lectorat : une presse bienveillante qui affermit le lien de confiance.
- Panorama de la presse jeunesse.
- Les thèmes appréciés des enfants et des adolescents.
- Comment traiter les sujets.
- Se démarquer de la presse traditionnelle avec des angles originaux et décalés.
- La technique du processus d'identification pour appréhender un sujet.
- L'écriture vivante « à hauteur » d'enfants ou d'adolescents.
- Place de l'illustration / choix iconographiques et graphiques : les entrées en lecture par l'image.

Choisir des sujets adaptés

- Rester au plus près des attentes du jeune public : sonder et rencontrer son lectorat, interaction avec internet, interventions dans les écoles...
- Trouver des sujets peu évoqués par la presse généraliste.

- Les sujets « découverte ».
- Jouer sur l'intérêt des jeunes pour les questions de société et la culture.
- Économie, politique, sciences... comment intéresser un public jeune ?
- Faits divers : comment les évoquer ? Les éléments à proscrire.

Adapter son écriture

- Les règles de lisibilité et de style : écriture concise, un maximum d'informations en un minimum de mots. Une idée par phrase.
- Le choix d'un vocabulaire accessible et précis. Se constituer un lexique adapté.
- Illustrer le propos avec des exemples concrets.
- Aborder un sujet complexe avec pédagogie : contextualiser une information pour sa compréhension, construire une infographie.
- Mettre l'information à portée des enfants ou des adolescents sans la déformer.

Approfondissement

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Maîtriser les techniques rédactionnelles.

PÉDAGOGIE

Exercices pratiques. Les participants peuvent venir avec leurs publications pour s'entraîner sur leurs propres sujets.

2 jours - 14 heures

code : 43109 prix : 1 040 € HT

Paris

les 9 et 10/5/2016
les 2 et 3/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

LE REPORTAGE PHOTO



Objectif

Réussir vos prises de vue sur le terrain, pour alimenter les supports print et numériques.



JE VIS MA FORMATION

dans la peau d'un photoreporter et je fais le tour de mon sujet sur le terrain.

Concept à découvrir page 3

Connaître les caractéristiques du reportage photo

- Analyse des différents types de reportage photographique.
- Les particularités du reportage photo selon les types de presse.
- Le reportage photo pour les supports numériques.

Préparer son reportage photo

- Une méthode de recherche de thèmes de reportage, de sujets et d'angles.
- Le travail de repérage et de vérification des informations.
- L'organisation et la faisabilité de son reportage : choisir son matériel, tenir compte des conditions météo, gérer les temps de déplacement, appréhender la situation sur place.

Maîtriser la prise de vue

- Taille, définition, résolution des fichiers.

- Rappel des règles de composition d'une image, du cadrage et de la valeur des plans.
- Gérer la lumière.
- Connaître les formats pour gérer une production destinée au print et aux supports numériques.

Réaliser son reportage photo

- Repérage et écriture d'un synopsis.
- Choisir son angle et le traduire en images.
- Travailler la photo d'ouverture.
- Enrichir son reportage : les photos complémentaires, le respect d'un style visuel et la variation des plans.
- Réaliser un reportage dans la perspective d'en faire un diaporama : raconter une histoire en images.
- Concevoir un scénario.

→ Atelier pratique

Approfondissement

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Avoir préalablement suivi « Les bases de la photo de presse » (page 44) ou maîtriser les paramètres techniques et les fondamentaux de la prise de vue.

PÉDAGOGIE

Exercices pratiques, mise en situation réelle sur le terrain.

CFPJ BOX

- Module e-learning Image et information



3 jours - 21 heures

code : 43068 prix : 1 230 € HT

Paris
du 9 au 11/5/2016
du 14 au 16/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81
Demande intra : intramedias@cfpj.com

RÉALISER UN REPORTAGE EN ZONE SENSIBLE



Objectif

Éviter de se mettre en danger dans des situations délicates. Anticiper les risques.

Bien préparer son reportage

- Effectuer les démarches administratives.
- S'accréditer auprès des autorités compétentes (anticiper les délais).
- S'informer sur les recommandations sanitaires et les aspects sécuritaires du pays concerné.
- Le ravitaillement logistique.
- Trouver un fixeur et les bons contacts avant de partir, par le biais du bouche à oreilles.
- Activer son réseau ou en créer un pour glaner des contacts.
- Le choix du matériel et de l'équipement.
- Les conditions physiques.
- Se documenter, s'informer, lire la presse locale.
- Connaître les grades dans l'armée.
- Trouver quelques contacts sûrs pour construire son reportage.
- Choisir un camp ou partir en « wild cat ».

Acquérir les bons réflexes et gérer les risques sur le terrain

- Gérer son argent, son passeport.
- S'adapter à son environnement.
- Les précautions d'usage sur un tournage en terrain miné.

- Prendre le temps de nouer des relations avant de tourner.
- Rester prudent. Ne pas se confier à n'importe qui, garder l'esprit critique.
- Le comportement à adopter.
- Les règles de la discrétion. L'importance du fixeur.
- Protéger ses sources, respecter l'anonymat.
- Gérer son stress et garder la tête froide sur un tournage.
- Le tournage avec une escorte.
- Les limites de la caméra cachée.
- Les précautions à prendre et les astuces pour sauvegarder ses images, gérer ses cartes mémoire.

Gérer le retour

- Gérer son retour avec ses proches, ses relations, soi-même.
- Gérer le stress post-traumatique.
- Prévoir un soutien psychologique.
- Parler à ses proches de son expérience, en les épargnant.
- Gérer la fin de l'adrénaline, le blues pour éviter la dépression.
- Maintenir le lien avec ses contacts.
- Échanger des informations avec ses collègues et confrères qui partent à leur tour.

Perfectionnement

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes de télévision.

PRÉREQUIS

Une première expérience journalistique.

PÉDAGOGIE

Visionnage et analyse d'exemples, retours d'expériences.

2 jours - 14 heures

code : 45055 prix : 1 295 € HT

Paris
les 11 et 12/4/2016
les 5 et 6/10/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81
Demande intra : intramedias@cfpj.com

AMÉLIORER L'ÉCRITURE DE SES SUJETS



Objectif

Bannir les tics d'écriture, enrichir son vocabulaire et mieux valoriser ses tournages.

Revisiter ses pratiques professionnelles

- Se défaire des mauvaises habitudes.
- Identifier ses facilités d'écriture.
- Revoir sa méthode.

Reprendre les fondamentaux

- Raconter, informer, décrypter : le vocabulaire, les verbes.
- Le rapport texte/image.
- Enrichir et valoriser l'image.

Se réapproprier son style

- Enrichir son vocabulaire.
- Bannir poncifs, clichés et tics de langage.
- Le rythme, l'attaque, la chute.
- Le lancement des sonores.

Valoriser son reportage

- Mieux exploiter ses rushes.
- Laisser vivre les ambiances.

Mieux utiliser sa voix

- Écrire pour être écouté.
- Diction, accentuation, intonation.

Perfectionnement

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes audiovisuels expérimentés.

PRÉREQUIS

Les participants viennent avec des copies de sujets diffusés.

PÉDAGOGIE

Exercices pratiques.

2 jours - 14 heures

code : 45060 prix : 1 195 € HT

Paris

les 26 et 27/5/2016
les 3 et 4/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

PRÉSENTER UNE TRANCHE D'INFORMATION EN TÉLÉVISION



Objectif

Maîtriser le déroulé et organiser les enchaînements des différents éléments : journaux, chroniques, duplex, invités.

Préparer et construire une tranche d'information

- Analyse de l'actualité.
- Sélection et hiérarchisation des sujets.
- Rédaction de lancements percutants, de titres courts et pertinents.
- Organisation de duplex.

Présenter une tranche d'information interactive et rythmée

- Présenter un JT à plusieurs voix.
- Anticiper les problèmes techniques.
- Trouver les bons enchaînements.

Faire vivre l'information

- Coordonner les différents intervenants, parfois dispersés géographiquement.
- Leur donner la parole, les interviewer.

- Introduire un chroniqueur.
- Gérer l'intervention en duplex d'un envoyé spécial.
- Intégrer des vidéos, des inserts (réactions sur les réseaux sociaux, sms...).
- S'adapter à l'actualité en temps réel.

Optimiser son comportement face à la caméra

- Maîtriser son assise, sa respiration, ses changements d'intonation.
- Jouer avec les changements de caméra.
- Échanger avec la rédaction en chef et la régie.
- Contrôler son regard et ses mains.

Perfectionnement

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias, présentateurs de journaux télévisés.

PRÉREQUIS

Avoir déjà une première expérience dans le journalisme.

PÉDAGOGIE

Exercices en studio télé. Réalisation d'une tranche d'information.

5 jours - 35 heures

code : 45053 prix : 2 895 € HT

Paris

du 29/2 au 4/3/2016
du 12 au 16/9/2016
du 27 au 31/3/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

VOIX ET ÉCRITURE

Niveau 1 - Initiation



Objectif

Acquérir les techniques de l'écriture radio : adopter un style clair et direct, poser sa voix pour mieux s'adresser à ses auditeurs.

Différencier les formats radio

- Brèves, papiers, flashs.
- Synthèses d'actualité,ancements, titres, journaux.

Adapter ses écrits aux impératifs radio

- Construire des phrases claires.
- Adopter un style direct et parlé.
- Écrire court.
- Garder l'information en tête.
- Accrocher l'attention de l'auditeur.
- Utiliser son oreille pour vérifier son texte.

Bien calibrer son texte

- Respecter le temps imparti.
- Apprendre la concision.

Commencer et conclure avec une bonne formule

- Travailler son accroche.
- Bien conclure.

Soigner son style

- Bannir les formules faciles, les tics de langage.
- Le choix du vocabulaire : riche mais accessible.

Travailler sa voix

- Améliorer son expression orale.
- La voix pour faire passer une information.
- Les paramètres de la voix sur lesquels agir.
- Le débit : apprendre à ne pas parler trop vite.
- L'articulation.
- L'intonation : appuyer sur les mots-clés.
- Le rythme.

Les techniques de l'acteur

- La concentration.
- Comment et à quel moment respirer ?
- La gestion du stress : dominer son émotion.

→ Exercices avec un comédien

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes de presse écrite et de télévision, journalistes de radio débutants.

PRÉREQUIS

Maîtriser les techniques d'écriture rédactionnelle.

PÉDAGOGIE

Exercices pratiques en studio et écoutes critiques.

5 jours - 35 heures

code : 44007 prix : 2 405 € HT

Paris

du 25 au 29/1/2016
du 19 au 23/9/2016
du 23 au 27/1/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

Niveau 2 - Approfondissement



Objectif

Améliorer sa pratique de la radio : enrichir son style et travailler le naturel dans son expression orale.

Respecter les règles de l'écriture radio

- L'impératif du style direct.
- Écrire court, utiliser le présent et le passé.
- Hiérarchiser l'information, accrocher l'attention de l'auditeur.

Accrocher et conclure

- Démarrer un papier.
- Ne pas répéter le lancement.
- Faire preuve d'originalité.
- Terminer en évitant les poncifs.
- Donner de l'information dans la conclusion.
- Le rôle du pied.

Faire entendre la ponctuation

- Rendre la ponctuation plus sensible et plus efficace.

Enrichir son style

- Faire la chasse aux tics de langage.
- Choisir un vocabulaire précis.
- Parler en images.
- Donner des chiffres.
- Manier l'humour avec délicatesse.

Écrire vite

- Aller à l'essentiel.
- Déterminer les priorités d'écriture : faut-il tout écrire ?

Travailler sa voix

- Améliorer son expression orale.
- La voix pour faire passer une information.
- Agir sur les paramètres de la voix.
- L'articulation, l'intonation et les mots-clés.
- Le rythme et les ruptures de rythme.

Appliquer les techniques de l'acteur

- La concentration et le rôle de la posture.
- Gérer son stress : exercices de relaxation.

→ Exercices avec un comédien

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes de radio expérimentés.

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience en radio.

PÉDAGOGIE

Exercices pratiques en studio et écoutes critiques.

3 jours - 21 heures

code : 44008 prix : 1 645 € HT

Paris

du 1 au 3/2/2016
du 26 au 28/9/2016
du 1 au 3/2/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

PRATIQUE DE LA RADIO



Objectif

Améliorer son style, enrichir ses reportages et tenir l'antenne avec plus d'efficacité.

Affiner un angle

- Angler son reportage.
- Choisir ses interlocuteurs, constituer une documentation.
- Gérer ses contacts.

Enrichir un reportage

- Améliorer sa technique de prise de son.
- Faire vivre les sons d'ambiance.

Réussir une interview

- Préparer les questions.
- Adopter une écoute active : interrompre et reformuler.

Améliorer son écriture

- Enrichir son style et travailler sur le vocabulaire.
- La nécessité du mot précis.
- Chasser les tics de langage et expressions toutes faites.
- Soigner l'attaque et la chute.
- Donner à voir par l'utilisation des images.

Maîtriser sa voix

- La voix et ses paramètres.
- L'importance de la respiration.
- Améliorer sa posture.
- Le sourire qui s'entend à l'antenne.
- Se concentrer et gérer son trac.

→ Exercices avec un comédien

- Lecture de textes non journalistiques.

→ Exercices d'articulation et de respiration

- Trouver le bon débit.
- Enregistrement et écoute critique.

Gérer son temps

- Écrire sous la contrainte horaire.
- Gagner du temps, déterminer les priorités.

Réaliser flashs et journaux

- Titrer pour accrocher l'attention.
- Les enchaînements et les liaisons.
- La construction d'un conducteur et la hiérarchie de l'information.
- L'importance du rythme.

Approfondissement

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes de radio expérimentés ou ayant suivi la formation « Découvrir le journalisme radio » (page 25).

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience en radio.

PÉDAGOGIE

Exercices pratiques et mises en situation.

5 jours - 35 heures

code : 44004 prix : 2 430 € HT

Paris

du 18 au 22/1/2016

du 12 au 16/9/2016

du 16 au 20/1/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

LA CHRONIQUE À LA TÉLÉVISION



Objectif

Trouver son style pour donner sa propre lecture de l'information.

Distinguer les différents types de chronique

- Le billet d'humeur : écrire sur l'air du temps.
- La chronique politique ou économique : l'éditorial.
- La chronique culturelle ou littéraire.
- La chronique sport, la chronique conso...

Faire entendre sa lecture des événements

- Utiliser l'actualité comme source d'inspiration.
- Isoler un fait.
- Explorer la technique des associations d'idées.
- Exploiter une idée et bâtir autour un discours cohérent.

Trouver son style, de l'humour à la gravité

- Être original et créatif.
- Le choix des mots : enrichir son vocabulaire.
- Le ton pour le dire : l'importance de la voix et du mode de narration.

Gérer le temps imparti

- Raconter une histoire en quelques minutes.
- Utiliser la technique de la relance.

Soigner le début et la fin

- Attaquer pour accrocher l'attention.
- Comment conclure ?

Réussir son passage devant la caméra

- Créer une complicité avec le meneur de jeu.
- Le regard caméra.
- La posture.
- Le rôle de la respiration.
- La manipulation d'objets ou d'accessoires en plateau : donner à voir.
- Le travail avec le réalisateur.

→ Exercices d'écriture

→ Exercices en studio et visionnage critique

Approfondissement

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Disposer d'une longue pratique du suivi de l'actualité.

PÉDAGOGIE

Alternance entre théorie et exercices pratiques, rédaction de chroniques.

2 jours - 14 heures

code : 45005 prix : 1 195 € HT

Paris

les 19 et 20/5/2015

les 5 et 6/12/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

TOURNER MONTER

	Code	Page	Durée	2016												2017		
				Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Janv.	Fév.	Mars
FORMATIONS																		
Réaliser une vidéo pour le web	45030	92	15	18-5								29-16		21-9		16-3		
Tourner et réaliser avec des drones	45068	93	5				18-22		20-24				3-7					
Droit et drone journalisme	46098	93	0,5				4						10					
Tourner avec un reflex numérique	45048	94	3	24-26									10-12				22-24	
Tourner et réaliser avec un reflex numérique	45070	94	5	8-12								12-16					20-24	
Tourner avec une GoPro	45069	95	2	18-19								15-16					16-17	
Tourner avec une caméra de poing HD	45016	95	5	15-19								26-30					13-17	
Les outils photo en ligne	46093	96	1					25						8				
Réaliser une petite œuvre multimédia	46067	96	10			21-1						26-7						
Enrichir ses contenus vidéo en motion design	45071	97	2				7-8							21-22				
Réaliser une infographie pour enrichir son sujet	45052	97	3			30-1						21-23						
Monter sur Final Cut - Niveau 2	45041	98	5	1-5											12-16	30-3		
Monter avec Adobe Premiere Pro	46058	98	5							4-8					12-16			
Le kit du journaliste mobile	46092	99	2					26-27						9-10				
Couvrir un événement dans une meute de journalistes	45072	99	2			31-1								9-10				23-24

RÉALISER UNE VIDÉO POUR LE WEB



Objectif

Maîtriser les étapes nécessaires au tournage d'une vidéo pour le web : préparation, tournage, montage, mixage et mise en ligne.



Appréhender la vidéo sur internet

- L'image sur le web : quels usages ?
- Les formats : films, clips, documents, reportages, photos.
- Les écritures journalistiques sur le web.

Découvrir l'environnement technique

- Les flux numériques.
- Les types de compression.
- Les formats vidéo.
- La notion de streaming.
- Le téléchargement (image et son).
- Les techniques de navigation, l'ergonomie.
- Les techniques de transmission et de mise en ligne (les différents types de logiciels).
- La sécurité sur internet.

Reportage vidéo : le matériel de base

- Le choix des caméras de reportage.
- Les différents formats : HD ou pas.
- L'équipement son : un paramètre à ne pas sous-estimer.
- Le montage : quel logiciel pour quel besoin ?

Concevoir un reportage pour le web

- Les contraintes de tournage propres à internet.
- La technique du feuilletonnage.
- Les ambiances.
- La narration en image.

Connaître le droit de l'image

- Bonnes pratiques et déontologie.
- Les aspects juridiques.

Tourner avec une caméra numérique

- Les techniques de prise de vue.
- La profondeur de champ.
- La mesure de la lumière.
- Les accessoires : micros, « minette », batteries, pieds...

Décrypter le langage des images

- La composition de l'image.
- Les différents types de plans et leurs principes d'utilisation.
- Les différentes valeurs de plans.
- L'utilisation du zoom.
- Les mouvements caméra.

Optimiser la prise de son

- Les choix de micros et les pistes son.
- Interview et sons d'ambiance.

Réussir la prise de vue dans l'interview

- Choisir un cadre qui ait un sens.
- Le rôle de l'arrière-plan.
- Les pièges à éviter.

Préparer son reportage

- Le choix des interlocuteurs.
- Construire le plan de tournage.

Réaliser un reportage sur le terrain

- Le travail en séquences.
- Le rôle essentiel du son.
- Les techniques d'interview : préparation, questionnement, relances...
- Le rôle essentiel des interviews en situation.

Découvrir le logiciel de montage Final Cut X

- S'initier au montage numérique.
- La digitalisation des images (branchements et configuration).
- La gestion de l'image (in et out).
- Les inserts images.
- La gestion des pistes son.
- Le mixage (gestion des entrées son).
- Les différentes sauvegardes.

Poser une voix off

- Le rapport texte/image.
- Le travail de la voix.

→ Réalisation de reportages et mise en ligne

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Maîtriser les techniques journalistiques.

PÉDAGOGIE

Présentation, exercices pratiques et mise en situation sur le terrain.

15 jours - 105 heures

code : 45030

prix : 7 295 € HT

prix pour les particuliers : 7 295 € TTC

Paris

du 18/1 au 5/2/2016

du 29/8 au 16/9/2016

du 21/11 au 9/12/2016

du 16/1 au 3/2/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

TOURNER ET RÉALISER AVEC DES DRONES



Objectif

Découvrir le fonctionnement des drones de prises de vue, la réglementation, les techniques spécifiques.

Pratiquer le tournage vidéo aérien et dynamique terrestre.



Le drone et son fonctionnement

- Un drone, comment ça marche : radiocommandes de pilotage et de cadrage, gestion des batteries, caméras dédiées, liaisons caméra.
- Principe de stabilisation de la caméra.
- Étude des différents types de drones et de leurs composants.
- L'autopilote et les différents modes de pilotage.

Les grands principes de la réglementation et du pilotage

- La réglementation : scénarios de vol, arrêtés préfectoraux, protocoles particuliers.
- Focus sur les marchés du drone.
- Les grands principes du pilotage.
- Découverte du pilotage sur simulateur de vol et sur un mini-drone d'entraînement.

Approfondissement de la réglementation et techniques de tournage

- La réglementation.
- La préparation d'une session de vol : sécurité, moyens techniques et humains.

- Les outils complémentaires au drone pour une réalisation dynamique.
- Exercices sur simulateur de vol, pilotage sur mini-drone d'entraînement et pratique de la nacelle handheld et slider.

Pratique intensive du pilotage et du cadrage par drone

- Avec un mini-drone d'entraînement.
- En double commande sur quadricoptère d'entraînement.
- Les grands principes du pilotage et du cadrage pour l'image.
- Exercices de cadrage sur drone 2 axes et drone 3 axes.

Pratique du cadrage par drone sur nacelle 3 axes et du tournage dynamique au sol

- Pratique sur site d'intérêt touristique.
- Pratique du cadrage en binôme sur hexacoptère et octocopter.
- Scénarisation et définition des plans à réaliser en drone et au sol.
- Tournage en équipe pour réalisation d'un clip de présentation.
- Visionnage des rushes et analyse critique.

Initiation

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes, journalistes reporters d'images. Chef-opérateurs de prises de vue, assistants opérateurs, cadres, photographes, réalisateurs, vidéastes et toute personne pratiquant la prise de vue.

PRÉREQUIS

Avoir des notions de cadrage vidéo.

PÉDAGOGIE

Alternance de théorie et d'exercices pratiques sur le terrain. À l'issue de la formation, les participants récupèrent l'ensemble des images tournées pour réaliser leur montage.

5 jours - 95 heures

code : 45068 prix : 5 200 € HT

Paris

du 18 au 22/4/2016
du 20 au 24/6/2016
du 3 au 7/10/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

En partenariat avec



DROIT ET DRONE JOURNALISME



Objectif

Connaître le cadre légal d'utilisation d'un drone pour donner une nouvelle dimension à ses reportages.

L'utilisation du drone dans le journalisme

- Apporter une vision verticale à une information montrée jusque-là à l'horizontale.
- Utilisation interne ou externalisée.

Le contexte juridique

- Une législation française en avance.
- Le drone est un aéronef : application du code de l'aviation civile.
- Les arrêtés du 11 avril 2012.
- Demander des autorisations de vol.

Les conditions de pilotage

- Titres et compétences du pilote du drone.
- La responsabilité en cas de chute de l'appareil provoquant blessures, dégâts.
- Les interdictions d'utilisation.
- Matériel autorisé, matériel interdit.

Les zones de flou

- Le vide juridique autour de la collecte des données par le drone.
- Application du droit à l'image sur les vues saisies par le drone.
- Nécessité de demander l'autorisation du propriétaire pour survoler sa propriété ?

Initiation

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias et tout public.

PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux du droit de la presse.

PÉDAGOGIE

Présentation pratique et concrète de la législation, nombreux exemples.

1/2 journée - 3h30

code : 46098 prix : 395 € HT

Paris

le 4/4/2016
le 10/10/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

TOURNER AVEC UN REFLEX NUMÉRIQUE



Objectif

Découvrir la prise de vue vidéo avec un appareil photo numérique ; travailler la construction et le découpage de ses sujets.

Identifier les spécificités pour tourner avec un APN

- Les conditions d'utilisation d'un appareil photo numérique.
- Les techniques de prises de vue en vidéo HD, les réglages.

S'approprier le langage des images vidéo

- Les différents types de plans et leurs principes d'utilisation.
- Utiliser le zoom à bon escient.
- Les mouvements : panoramique, travelling, tilt...

Utiliser les accessoires

- Le montage sur épaulière.
- Le follow focus.
- Le travail sur pied.

Réussir sa prise de son

- Prise de son interview.
- Prise de son ambiance.

- Où placer son micro ?
- Les pièges à éviter.

Réaliser la prise de vue dans l'interview

- Choisir un cadre qui ait un sens.
- L'interview en situation.
- L'importance de l'arrière-plan et du décor.
- La composition du cadre.

Approche du reportage vidéo

- La construction du sujet.
- Les principes de narration.
- Le découpage en séquences.
- Les plans d'illustration.
- Enrichir le reportage : sons seuls et ambiance.

→ Mises en application

→ Exercices pratiques de découverte sur le terrain

- Visionnage critique des rushes.

Initiation

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux du cadrage et des valeurs de plan.

PÉDAGOGIE

Alternance entre théorie et exercices pratiques.

CFPJ BOX

- Module e-learning Image et information



3 jours - 21 heures

code : 45048 prix : 1 675 € HT

Paris

du 24 au 26/2/2016
du 10 au 12/10/2016
du 22 au 24/2/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

TOURNER ET RÉALISER AVEC UN REFLEX NUMÉRIQUE



Objectif

Maîtriser la technique de tournage vidéo avec un appareil photo numérique 5D (ou équivalent) et réaliser un sujet.

Technique de tournage

- Caractéristiques générales d'un 5D versus caméra vidéo.
- Les qualités et les limites du 5D.
- Optimiser les spécificités du 5D en tournage.
- Maîtriser les paramètres fondamentaux.

Équiper son 5D

- Choix des optiques.
- Loupe de visée.
- Pied, crosse d'épaule, steadycam.
- Prise de son : micro, caméra, mixette, HF, perche, enregistreur numérique.
- Filtre neutre progressif.
- Follow focus.

Écrire/présenter un projet

- Rédiger un synopsis et faire un pitch.
- Écrire le séquencier.
- Choisir les personnages.
- Évaluer les moyens techniques et humains, le temps de tournage.

Réaliser un sujet TV/corporate

- Approche narrative et construction du récit (temps forts, respirations).

- L'écriture filmique : typologie des plans, interview posée ou en séquences, illustrations, plans de coupe, découpage en séquences.
- Prise de son : interviews, séquences, ambiances, sons seuls, musique.
- Le travail en équipe.
- Approche juridique : propriété artistique, droits à l'image, déontologie, CSA, droits d'auteur.

La postproduction

- Dérushage.
- Approche du montage (FCP, Première, Avid, After Effects...).
- Rédaction du commentaire sur image.
- Étalonnage et mixage.

Pédagogie

- Réalisation d'un sujet collectif de 2 minutes.
- Écriture du projet (synopsis, séquencier).
- Tournage, dérushage.
- Écriture du commentaire.
- Montage simple.

Perfectionnement

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias, photographes.

PRÉREQUIS

Avoir une connaissance technique de la prise de vue numérique.

PÉDAGOGIE

Exercices et cas pratiques.

5 jours - 35 heures

code : 45070 prix : 1 975 € HT

Paris

du 8 au 12/2/2016
du 12 au 16/9/2016
du 20 au 24/2/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

TOURNER AVEC UNE GOPRO



Objectif

Maîtriser les potentialités de cet outil incontournable et accessible. Développer sa créativité et se différencier lors d'un tournage.



Découvrir la GoPro

- Les différents modèles.
- Les utilisations classiques (sur terre et en mer).
- Les nouveaux usages (drones, steadycam...).
- Les spécificités techniques.
- Les fonctionnalités, les menus (choix des formats, paramétrage, wi-fi, timelapse...).
- Les points forts et les limites.
- La complémentarité avec les autres caméras.

La GoPro pour améliorer un tournage

- Être au plus près de l'action.
- Prendre des images inédites.
- Diversifier ses points de vue.
- La GoPro comme deuxième caméra.
- Développer sa créativité.
- Exprimer son regard.

Les principaux accessoires

- Les différents types d'attaches et de sangles.
- Les différents boîtiers de protection.
- Les stabilisateurs.
- Des micros adaptés.

Le montage et la postproduction

- Présentation du logiciel GoPro Studio 2 (ralentis, accélérés, redimensionnement, fisheye).
- La compatibilité avec les différents logiciels de montage.

Initiation

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias et tout public de la communication.

PRÉREQUIS

S'intéresser à l'image.

PÉDAGOGIE

Visionnage d'images originales tournées avec une GoPro. Alternance de théorie et de pratique.

2 jours - 14 heures

code : 45069 prix : 975 € HT

Paris

les 18 et 19/2/2016

les 15 et 16/9/2016

les 16 et 17/2/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

TOURNER AVEC UNE CAMÉRA DE POING HD



Objectif

Découvrir le fonctionnement d'une caméra de poing et acquérir les techniques de base du reportage d'actualité.



Prendre en main la caméra

- Les réglages, les techniques de prise de vue.
- Les accessoires : micros, batteries.
- La construction du cadre, les valeurs de plans, les mouvements de caméra.
- La lumière et la prise de son (les sons seuls, les ambiances).

Connaître les principes de la narration

- L'importance du découpage en séquences.
- La recherche d'une histoire.
- Les plans d'illustration.

Préparer son reportage

- Trouver un sujet et choisir un angle.
- Déterminer les séquences nécessaires.
- Élaborer un plan de tournage.

Réussir ses interviews

- Identifier les bons interlocuteurs.
- Choisir un cadre.
- Le rôle de l'arrière-plan.

Monter son reportage

- Le logiciel de montage : concept et fonctionnement.
- L'importance du dérushage.
- Bâtir un plan de montage.
- Le choix des plans et des sonores, les entrées en séquence.
- Assurer le rythme du reportage.

Rédiger le commentaire

- Le rapport texte/image : éviter les redondances.
- Adopter un style vivant et direct.
- Lancer les sonores.
- Soigner l'attaque et la chute.

Initiation

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de la prise de vue.

PÉDAGOGIE

Réalisation de reportages dans des conditions réelles.

5 jours - 35 heures

code : 45016 prix : 2 610 € HT

Paris

du 15 au 19/2/2016

du 26 au 30/9/2016

du 13 au 17/2/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

LES OUTILS PHOTO EN LIGNE



Objectif

S'initier à des logiciels simples pour proposer un traitement éditorial photographique.

Pourquoi utiliser les outils photo en ligne ?

- Dynamiser un papier, utiliser un outil « web ».
- Exemples d'articles sur le web intégrant des montages photo.

Découverte des sites de photos

- Chercher, stocker et éditer des photos sur Flickr.
- Pinterest : quelle utilisation journalistique ?
- La notion de Creative Commons.

Les sites d'édition de photos

- Présentation de sites de retouche et de montage de photos.
- Exercices de retouche et montage de photos, avec intégration et mise en ligne dans un article.

Les applications pour prendre et éditer des photos

- Instagram, Snapchat : quels usages journalistiques, pour quelle cible ?
- Les outils pour éditer des photos sur smartphone.

Réaliser un Gif animé

- Quelle intégration éditoriale des Gifs animés ?
- Les sites pour rechercher des Gifs.
- Créer un Gif animé.
- Créer des mèmes, quand y recourir ?

Réaliser une photo interactive

- ThingLink : quel utilisation éditoriale ?
- Exercices : réalisation d'une photo interactive et mise en ligne.

→ Ateliers pratiques

Initiation

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tout public.

PRÉREQUIS

Les participants sont invités à venir en formation avec des photos.

PÉDAGOGIE

Présentations, expérimentations, échanges de bonnes pratiques.

1 jour - 7 heures

code : 46093 prix : 595 € HT

Paris

le 25/5/2016

le 8/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

RÉALISER UNE PETITE ŒUVRE MULTIMÉDIA



Objectif

Maîtriser l'écriture et la scénarisation en images et en son pour concevoir une P.O.M.

Mesurer les enjeux créatifs et économiques de la P.O.M.

- Présentation de petites oeuvres multimédias, genèse et analyse de cas.
- Analyser les éléments d'une histoire.
- Définir le contexte, le marché et les prérequis.
- Identifier des étapes à partir de cas concrets : direction éditoriale et artistique, réalisation image et son, approches narratives.
- Les formes de narration et l'édition.

Réaliser un travail photographique et sonore

- Réagir aux travaux photographiques présentés, proposer un scénario.
- Sélectionner des images et préparer des fichiers numériques.
- Clarifier la destination du projet.
- Focus sur la réalisation sonore et image.
- Analyser la série photographique choisie avec le réalisateur.
- Définir le scénario et sa création sonore.

→ Atelier pratique sur les projets des participants

S'initier au montage propre à l'image fixe

- Dérushage son, outils de raccords, gestion des chûtiers et outils de la timeline.
- Trucages et effets.
- Exportation et codec.
- Analyser le montage image et son effectué entre les deux séquences.
- Respecter le scénario de la direction artistique et éditoriale.
- Finalisation du projet et exportation.
- Initiation au logiciel avec des spécificités propres au montage d'images fixes.
- Entretien à la fin de la formation et retour sur la réalisation.

Approfondissement

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes, iconographes, documentalistes, photographes.

PRÉREQUIS

Venir en formation avec un projet de création d'une histoire en images et un travail photographique.

PÉDAGOGIE

Présentations, travail sur la structuration du récit, accompagnement de votre projet.

10 jours - 70 heures

code : 46067 prix : 3 995 € HT

Paris

du 21/3 au 1/4/2016

du 26/9 au 7/10/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

En partenariat avec



ENRICHIR SES CONTENUS VIDÉO EN MOTION DESIGN



Objectif

Créer des effets visuels animés, des habillages de vidéos sophistiqués et des animations graphiques en 2D et 3D.



Découvrir Motion 5 et sa palette créative

- L'interface et les fonctionnalités (les calques de forme, les groupes, les fenêtres...) du logiciel Motion 5.
- L'utilisation des points/images clés et l'animation de formes.
- La manipulation des masques (initiation à la cinégraphie, floutage animé).
- L'utilisation des comportements de caméra.
- La création de ses propres Templates de production : habillage vidéo, titres, synthés, bandeaux dynamiques, split screen et diaporamas sonores.

- La manipulation d'une caméra avec les comportements ou manuellement.
- La maîtrise des axes et des mouvements de caméra, de la profondeur de champ.
- L'animation d'un contenu dans l'espace 3D : carte dynamique, travelling photo et parallaxe, titraile animée dans une vidéo.
- L'intégration dans son montage Final Cut.
- L'exportation pour une édition multisupport : broadcast, web, réseaux sociaux.

Créer des animations en 3D

- Utiliser les caméras virtuelles de Motion pour créer des animations de type mouvements de caméra.

Initiation

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias, débutants ou expérimentés.

PRÉREQUIS

Être à l'aise avec un logiciel de montage vidéo.

PÉDAGOGIE

Exercices pratiques : création d'une bibliothèque de ressources (sons, images, polices, cartographies...) de contenus à partir du web.

2 jours - 14 heures

code : 45071 prix : 1 095 € HT

Paris

les 7 et 8/4/2016
les 21 et 22/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

RÉALISER UNE INFOGRAPHIE POUR ENRICHIR SON SUJET



Objectif

Concevoir une infographie pour expliquer des données complexes, donner du rythme à son reportage et éliminer les images prétextes.

Appréhender l'infographie

- Le graphisme au service de l'actualité : capter l'attention (par un effet), expliquer (par une scène animée) et renseigner (par un habillage des textes).
- Se familiariser avec les différents modes d'infographie : cartes, symboles, animations 2D, animations 3D.
- Anticiper le temps de fabrication.

- Aller à l'essentiel : une garantie de lisibilité pour le téléspectateur.
- Organiser le déroulé logique des données, respecter les codes couleurs usuels en vigueur et les chartes graphiques des diffuseurs.
- Déterminer la durée.
- Écrire une séquence en évitant les redondances.

Concevoir une infographie pertinente

- Repérer les informations complexes ou abstraites susceptibles d'être « traduites » en animations simples.
- Identifier les données pérennes lors de la diffusion du reportage.

Intégrer une infographie dans son reportage

- Respecter la continuité des séquences.
- Repérer les moments qui se prêtent à l'utilisation de l'infographie.
- Donner du rythme à son reportage.
- Assurer la fluidité du commentaire.

Approfondissement

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes de télévision et du web, réalisateurs de magazines et de documentaires.

PRÉREQUIS

Réaliser régulièrement des reportages en télévision. Venir en formation avec l'un de ses derniers sujets diffusés.

PÉDAGOGIE

Visionnage d'exemples et analyse critique. Exercices pratiques.

3 jours - 21 heures

code : 45052 prix : 1 195 € HT

Paris

du 30/3 au 1/4/2016
du 21 au 23/9/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

MONTER SUR FINAL CUT - NIVEAU 2



Objectif

Perfectionner sa pratique du montage et utiliser les techniques de narration par l'image.

Organiser ses rushes efficacement

- L'indexation des rushes. Les métadonnées (informations sur les fichiers vidéo).
- Les collections de mots-clés. Attribuer des mots-clés aux différents plans pour les classer et les retrouver facilement.

Maîtriser les principes de narration : raconter une histoire

- Trouver un début et une fin.
- Le choix des plans.
- La construction de séquences.

Enrichir son montage

- Les plans de coupe.
- Les illustrations.
- Les transitions visuelles et/ou sonores.
- Dynamiser son sujet. L'importance du rythme.

Perfectionner le travail du son

- Ajouter au montage des sons d'ambiance et de la musique.
- Intégrer les commentaires.
- Le mixage des sons (le réglage du volume de chaque son et du montage global).
- Les fondus sonores.

Améliorer les images

- Le principe de stabilisation des images.
- Le recadrage d'une image.
- Les filtres du navigateur d'effets destinés à modifier l'aspect d'un plan.
- Les images clés pour appliquer un effet sur une partie du plan.

La phase d'étalonnage

- Régler l'exposition. Travailler sur les contrastes de l'image.
- Régler les couleurs.

Approfondissement

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes de télévision.

PRÉREQUIS

Avoir suivi la formation « Prendre en main Final Cut - Niveau 1 » (page 69).

PÉDAGOGIE

Exercices pratiques.

5 jours - 35 heures

code : 45041 prix : 2 610 € HT

Paris

du 1 au 5/2/2016
du 12 au 16/12/2016
du 30/1 au 3/2/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

MONTER AVEC ADOBE PREMIERE PRO



Objectif

Découvrir et maîtriser le logiciel, assimiler les règles du montage narratif.

S'approprier le logiciel de montage Adobe Premiere Pro

- Découvrir les fonctionnalités du logiciel.
- La digitalisation des images : branchements et configuration.
- Entrer correctement les données du dérushage.
- La gestion de l'image : copier-coller.
- Les points d'entrée et de sortie.
- Les inserts images.
- La gestion des pistes son.
- Le mixage.
- Comment poser le commentaire sur les images ?
- Les différentes sauvegardes.
- La sortie sur support physique.

Le montage narratif

- Mesurer l'importance du dérushage.
- Bâtir un plan de montage : le travail en séquences et les principes de narration.
- Choisir ses plans.
- Trouver un début et une fin.
- Soigner ses entrées en séquences.

→ Exercices pratiques

Initiation

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux du travail journalistique.

PÉDAGOGIE

Présentation du logiciel, expérimentation, exercices pratiques.

5 jours - 35 heures

code : 46058 prix : 2 560 € HT

Paris

du 4 au 8/7/2016
du 12 au 16/12/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

LE KIT DU JOURNALISTE MOBILE



Objectif

Utiliser son smartphone comme son bureau : découvrir tous les outils et applis du journaliste mobile.



JE VIS MA FORMATION

dans la peau d'un « mojo » et je produis mes articles sur le terrain, en mobilité.

Concept à découvrir page 3

La montée en puissance du mobile

- « Mobile first » : les usages amènent les journalistes à travailler de plus en plus avec et pour les supports mobiles.
- Réaliser des contenus avec un smartphone : avantages et limites.

Quel matériel pour quelle utilisation ?

- Le trépied, le micro, l'optique.
- Les accessoires complémentaires.

Les applis pour prendre, éditer et mettre en ligne photos et vidéos

- Instagram, Vine, Periscope, Reclive, Camera+, Hipstamatic : quelle application choisir, pour quelle utilisation ?
- Éditer une photo sur son smartphone.
- Articuler l'image et l'écrit : réalisation d'un portfolio légendé et mise en ligne.

Réaliser un Gif animé

- Quelle intégration éditoriale des Gifs animés ?

- Les sites pour rechercher des Gifs.
- Créer un Gif animé.

Vidéos : quelles applications choisir ?

- Vidéos courtes : Vine et Instagram (avantages/inconvénients).
- Les autres applications vidéos : quelles différences, quelles applications ?
- Éditer une vidéo : ReelDirector, Imovie, Magisto....

Les règles du tournage

- Bien cadrer son image.
- La prise de son.
- La prise de vue.
- Les mouvements de caméra.

Intégrer une vidéo dans un récit multimédia

- Quel dialogue entre l'écrit et la vidéo ?
- Intégrer la vidéo dans le back-office du site.

→ Nombreux exercices pratiques sur le terrain

Initiation

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Avoir une pratique régulière d'applis mobiles. Les participants sont invités à venir en formation avec un smartphone chargé.

PÉDAGOGIE

Présentations, expérimentations, exercices de terrain, partage de bonnes pratiques.

2 jours - 14 heures

code : 46092 prix : 1 165 € HT

Paris

les 26 et 27/5/2016
les 9 et 10/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

COUVRIR UN ÉVÉNEMENT DANS UNE MEUTE DE JOURNALISTES



Objectif

Acquérir les bons réflexes pour tourner dans des conditions difficiles.



Choisir le matériel adapté et se préparer

- Choisir sa ou ses caméras (caméscopes, mini-caméras...).
- Choisir ses micros.
- Choisir son éclairage d'appoint autonome.
- Monopod ou caméra épaule ?
- Prérégler sa caméra pour être plus réactif.
- Préparer son sujet avant le tournage.

- L'interview à la volée.
- Travailler en collaboration avec ses confrères.
- Protéger son matériel.
- Rester discret avec sa caméra.

Sortir du lot

- Choisir le bon angle de prise de vue.
- Maîtriser son cadre dans des conditions de fortes turbulences.
- Utiliser judicieusement sa focale.
- Placer son micro au bon endroit.

L'épreuve du terrain

- Se placer au-dessus de la mêlée.
- Contourner les interdictions de tournage ou les accès limités.

Approfondissement

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias, monteurs, JRI débutants et confirmés.

PRÉREQUIS

Avoir déjà suivi une formation de journaliste audiovisuel ou avoir une première expérience de JRI.

PÉDAGOGIE

Une journée théorique, une journée sur le terrain.

2 jours - 14 heures

code : 45072 prix : 1 250 € HT

Paris

les 31/3 et 1/4/2016
les 9 et 10/11/2016
les 23 et 24/3/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

ÉDITER MAQUETTER

	Code	Page	Durée	2016												2017		
				Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Janv.	Fév.	Mars
FORMATIONS																		
Recherche et choix de l'image	43048	101	2	26-27									22-23				23-24	
Stocker, sécuriser, archiver ses images	43095	101	2			14-15							14-15					
Les techniques de l'iconographie	43096	102	2					19-20									15-16	
Travailler les images numériques	43069	102	3			21-23				11-13							12-14	
LightRoom - Niveau 1	43105	103	3			14-16							21-23				12-14	
LightRoom - Niveau 2	43106	103	3				11-13									30-2		
Quark XPress	43050	104	5			7-11							5-9					6-10
InDesign - Niveau 2	43053	104	4				4-7			4-7					7-10			
Photoshop - Niveau 1	43056	105	4			21-24							10-13					
Photoshop - Niveau 2	43057	105	3						6-8						28-30			
Le travail de la voix	45004	106	2			10-11										8-9		27-28
Dénicher et exploiter des vidéos sur le web	45026	106	2				14-15							6-7				16-17

RECHERCHE ET CHOIX DE L'IMAGE



Objectif

Maîtriser les outils pour effectuer des recherches iconographiques pertinentes et efficaces.



JE VIS MA FORMATION

dans la peau d'un iconographe et je suis force de proposition pour dénicher des images appuyant les articles.

Concept à découvrir page 3

Maîtriser la recherche des meilleures sources

- Consulter les bases numériques des agences et des photographes pour aller directement à son sujet.
- Notions sur les bases de photos : editing, référencement, indexation, légendage.
- Comprendre les critères de pertinence des moteurs de recherche.
- L'importance des mots-clés et des thésaurus pour gagner du temps.
- Se constituer un répertoire de favoris.
- Archiver et nommer les sources.

- Droit et achat des images.
- Images en droits gérés ou libres de droits. Les CD.
- Droit à la vie privée et droit à l'image : quelles autorisations demander avant de diffuser l'image d'un individu ? D'un bien privé ?
- Le cas particulier de la protection des personnes publiques.
- Les autorisations spécifiques concernant la reproduction d'œuvres d'art.
- Les organismes qui peuvent vous renseigner.

→ Ateliers pratiques

Maîtriser les principes du droit de l'image

- La protection des œuvres photographiques par le droit d'auteur, le droit de reproduction et les conditions de leur cession.

Approfondissement

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes et iconographes dans les médias, maquettistes, documentalistes.

PRÉREQUIS

Être sensibilisé au traitement de l'information par l'image.

PÉDAGOGIE

Présentation, exercices, mise en application pratique.

2 Jours - 14 heures

code : 43048 prix : 1 220 € HT

Paris

les 26 et 27/1/2016
les 22 et 23/9/2016
les 23 et 24/1/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

STOCKER, SÉCURISER, ARCHIVER SES IMAGES



Objectif

Maîtriser les méthodes d'archivage pour gérer un grand volume de photos.

Gestion des fichiers, dossiers

- Créer une hiérarchie des dossiers cohérente.
- Renommer les fichiers.
- Instaurer un système de récipients pour l'importation, la sauvegarde et l'archivage sur des volumes de stockage.
- Mettre en place des stratégies de catalogage.

Sauvegarder, transmettre, archiver

- Trier sa production, indexer et importer.
- Choisir la ou les images pour mise en production puis transmission et sauvegarde.
- Gérer des fichiers de travail.
- Sélectionner pour archiver.

Concevoir des stratégies de stockage

- Utiliser des disques durs externes.
- Recourir au stockage online.
- Utiliser RAID.
- Utiliser les disques optiques.
- Découvrir de nouvelles pistes : disques en verre, supports en Saphir...

→ Mise en application

- Mise en situation avec le traitement complet d'un photoreportage (tri, indexation, importation, sauvegarde et archivage).
- Constitution d'une minirédaction photo.
- Configuration des différentes solutions logicielles.

Approfondissement

PUBLIC CONCERNÉ

Photographes de presse, iconographes dans les médias, journalistes, documentalistes, archivistes, responsables de photothèques, illustrateurs.

PRÉREQUIS

Produire du contenu photo pour les médias et/ou travailler les photos avant leur diffusion.

PÉDAGOGIE

Présentation, mise en application, partage de bonnes pratiques.

2 Jours - 14 heures

code : 43095 prix : 1 035 € HT

Paris

les 14 et 15/3/2016
les 14 et 15/9/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

LES TECHNIQUES DE L'ICONOGRAPHIE



Objectif

Acquérir la méthodologie pour améliorer l'indexation de ses photos.

Découvrir la méthodologie de l'iconographie

- Approches des méthodologies d'editing.
- Créer des catalogues sur Bridge et Lightroom : découverte et prise en mains de ces logiciels.
- Identifier des sources disponibles : banques d'images généralistes et d'entreprises, fonds de photographies spécialisées, photographes indépendants, collectifs...

Appliquer la méthodologie de recherche

- Exercices de recherche iconographique depuis un corpus de sujet d'actualité.
- Travailler sur l'éditing de l'image.
- Organisation et brief pour un reportage photographique.

Connaître les caractéristiques de l'image sur le web

- Les sources de partage.
- L'utilisation des Creative Commons.
- Analyse des nouveaux formats web.
- La place du son dans les nouveaux formats.

Atelier pratique législatif

- Les différents statuts des prestataires.
- Les barèmes en vigueur.

Initiation

PUBLIC CONCERNÉ

Photographes de presse, rédacteurs et secrétaires de rédaction, maquettistes, documentalistes.

PRÉREQUIS

Avoir un intérêt marqué pour la photo.

PÉDAGOGIE

Acquisition de la méthodologie puis mise en application pratiques.

2 jours - 14 heures

code : 43096 prix : 1 040 € HT

Paris

les 19 et 20/5/2016
les 15 et 16/12/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

En partenariat avec



TRAVAILLER LES IMAGES NUMÉRIQUES



Objectif

Maîtriser les outils de traitement des images numériques pour une diffusion multisupport.

Distinguer les différents types de fichiers

- Les formats d'usage pour le web ou pour l'impression.
- Les résolutions d'images destinées à l'écran ou à l'impression.
- Les espaces colorimétriques utilisés.
- Utiliser le réseau Internet pour transmettre les photos.
- Les unités de stockage et les valeurs de poids d'images.

L'acquisition numérique de l'image

- Les modes (scanner, transfert, boîtiers numériques).
- Le paramétrage d'un scanner à diapo et négatif.
- La reproduction sur scanner à plat.
- Les différents types de documents numérisables et les paramètres appropriés.

Travailler l'image

- Bridge, indexation et métadonnées.
- Trier et choisir ses photos.
- Recadrage, rotations, redimensionnement de l'image avec ou sans interpolation.
- Filtres d'amélioration de rendu (netteté, débramage).
- Techniques de sélection de pixels.
- Nettoyage de l'image : antipoussière, suppression des défauts.
- Correction des expositions de l'image, lecture de l'histogramme et correction des couleurs.
- Choix des formats d'enregistrement.

→ Travaux pratiques

- Importation d'images.
- Sélection et tri des photos.
- Indexation des fichiers.
- Traitement des images.
- Numérisation de documents sur scanner.
- Préparation à la diffusion.

Perfectionnement

PUBLIC CONCERNÉ

Photographes de presse, journalistes, iconographes, documentalistes, photographes.

PRÉREQUIS

Maîtriser les bases de la photo de presse.

PÉDAGOGIE

Les participants sont invités à venir en formation avec une série de photos. Présentation des outils et mises en application pratiques à partir des photos qu'apportent les participants.

3 jours - 21 heures

code : 43069 prix : 1 220 € HT

Paris

du 21 au 23/3/2016
du 11 au 13/7/2016
du 12 au 14/12/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

LIGHTROOM

Niveau 1 - Initiation



Objectif

Maîtriser avec méthodologie et rapidité le classement, la correction et l'exportation d'images numériques.

Découverte et personnalisation de l'interface

- Fonctionnement des modules.
- Personnalisation de l'interface.
- Raccourcis clavier indispensables.

Importation d'images

- Importation depuis une ou plusieurs cartes, appareil photo, disque dur.
- Pilotage à distance d'appareils photo.

Réglages des préférences

- Préférences de l'application et du catalogue.
- Stratégie d'utilisation de catalogues.
- Partage des Préférences.

Stratégies de stockage

- Où et comment stocker ses images ?
- Disques durs internes/externes.
- Sauvegarde du catalogue, sauvegarde des images.
- Les aperçus dynamiques.

Métadonnées IPTC et EXIF

- Métadonnées et fichiers .xmp.
- Retrouver des images grâce aux métadonnées (filtres).

Développement de base

- Recadrage, balance des blancs, réglages de base.
- Courbes, TSL, couleurs, niveaux de gris.

Développements avancés

- Détails et réduction du bruit.
- Modification des paramètres par défaut.
- Redressement automatique et manuel.
- Corrections d'objectifs et aberrations chromatiques.
- Outil Correcteur de défaut, retouches localisées.

Exports de fichiers JPEG, TIFF et PSD

- Stratégies d'export.
- Description d'un flux de production.
- Création de paramètres d'export personnalisés.

Passerelles avec d'autres logiciels

- Interactions avec Photoshop et d'autres logiciels.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes, photographes de presse, iconographes, documentalistes.

PRÉREQUIS

La pratique régulière de l'environnement Windows ou Mac OS X est nécessaire pour suivre cette formation.

PÉDAGOGIE

1 Mac ou 1 PC par personne ou une tablette graphique mise à disposition à la demande, fibre optique, 1 clé USB remise à chacun, 1 livre remis en fin de session. 8 participants maximum.

3 jours - 21 heures

code : 43105 prix : 1 400 € HT

Paris

du 14 au 16/3/2016
du 21 au 23/9/2016
du 12 au 14/12/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

En partenariat avec



Niveau 2 - Approfondissement



Objectif

Automatiser et personnaliser un flux de travail photographique pour gagner du temps lors du post-traitement.

Interface et logique d'utilisation

- Catalogueur d'images et Explorateur.
- Comprendre le flux de travail.
- Réglages des Préférences.

Importation et exportation

- Paramètres prédéfinis d'importation.
- Les formats importés : RAW, PSD, JPEG, TIFF, HDR.

Classement de photos et collections

- Application rapide de notes, labels et marqueurs.
- Suppression des images.
- Collections rapides, collections cibles...
- Utilisation d'opérateurs booléens en collections dynamiques.

Stratégie de catalogage et de sauvegarde

- Stocker ses images et sécuriser sa photothèque.
- Sauvegarder vers le « cloud ».

Recherche, filtrage

- Retrouver des images grâce aux métadonnées.

- Combinaison de filtres de recherche.
- Mots-clés hiérarchiques et thésaurus.

Corrections géométriques des objectifs

- Profils : corrections automatiques d'objectifs.
- Perspectives et aberrations chromatiques.

Exports avancés de fichiers JPEG, TIFF et PSD

- Description d'un flux de production.
- Création et partage de modèles personnalisés.

Services de publication

- Publication automatisée vers le web.
- Cas particuliers des sites d'hébergement de photos professionnels.

Impression

- Planches contact, composites et formats spéciaux.
- Création et partage de modèles d'impression personnalisés.
- Profils d'impression (ICC).

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes, photographes de presse, iconographes, documentalistes.

PRÉREQUIS

Il est conseillé d'avoir suivi le niveau 1 ou de maîtriser les catalogues Lightroom.

PÉDAGOGIE

1 Mac ou 1 PC par personne ou une tablette graphique mise à disposition sur demande, 1 clé USB remise à chacun, 1 livre remis en fin de session. 8 participants maximum.

3 jours - 21 heures

code : 43106 prix : 1 400 € HT

Paris

du 11 au 13/4/2016
du 30/11 au 2/12/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

En partenariat avec



QUARK XPRESS



Objectif

Réaliser des mises en pages simples pour concevoir ses publications print et web.

Maîtriser les notions essentielles

- Configuration : langue, unités, sauvegardes...
- À chaque mode (papier, web, interactivité) son interface. Menus et palettes.
- Un projet, des mises en pages : formatage.
- Page, plan de travail, outils. Affichage.
- Les blocs : attributs (fond, cadre), gestion des plans, outil Plume et tracés de Bézier. Modifications et chaînage.

Gérer la couleur

- Quadri, tons directs, couleurs web.
- Création, modification, importation de couleurs. Charte de couleurs par défaut.

Gérer le texte

- Saisie, copie, importation et sélection.
- Les réglages de caractère.
- Les réglages de paragraphe, les filets texte et les tabulations. Césures et justifications.
- Code typo et caractères spéciaux.

- Automatisation : les feuilles de styles.
- Grilles de lignes de base de pages, de blocs.
- La gestion des tableaux.

Gérer les images

- Formats de fichiers et importation.
- Transformations et réglages de l'image : les différentes fonctions de détournage, les filtres et les effets.
- Habillage de texte.

Réaliser la mise en pages

- Disposition des blocs sur la page.
- Les calques.
- Maquette, folio et sections.
- Le document et la gestion des pages.

Boucler le dossier imprimeur

- Outils de contrôle avant impression.
- Rassemblement pour la sortie.
- Exports PDF HD pour l'imprimeur.

→ Réalisation d'exercices pratiques : affichettes, dépliants, pages magazines

Initiation

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes, rédacteurs, secrétaires de rédaction, maquettistes et graphistes.

PRÉREQUIS

Maîtriser l'outil informatique et connaître les bases de la mise en pages traditionnelle.

PÉDAGOGIE

Exposés, démonstrations et travaux pratiques.

5 jours - 35 heures

code : 43050 prix : 1 755 € HT

Paris

du 7 au 11/3/2016
du 5 au 9/9/2016
du 6 au 10/3/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

INDESIGN - NIVEAU 2



Objectif

Réaliser des mises en pages complexes et poursuivre l'apprentissage des fonctions avancées.

Méthode d'organisation

- Rappel : paramétrer le logiciel.
- Créer une variante de mise en pages.
- Mise en pages liquide.
- Format de pages multiples.
- Gabarits dépendants, colonnes inégales.
- Marques de section, variables de texte.
- Modèles de documents, dossiers d'extraits.

Les attributs graphiques

- CMJN, tons directs, Pantone+, encres mélangées...
- Surimpression du noir, les noirs soutenus.
- Effet de transparence.

Les objets

- Effet sur les angles du bloc.
- Objets ancrés dans le texte.
- Style d'objet graphique.
- L'outil Récupérateur.

Le texte

- Listes à puces.
- Grilles internes aux blocs.
- Paragraphe en colonne étendue, en colonnes scindées.
- Styles imbriqués, styles enchaînés, correspondance des textes, des textes liés.
- Colonnes équilibrées.
- Styles de bloc de texte.
- Rappel : les tableaux.

Les images

- Rappel : format d'images compatibles.
- Rappel : Mini Bridge.
- Visibilité des calques des images importées.
- Images importées, incorporées, collées.
- Styles de bloc d'images.

La préparation pour l'impression

- Aplatissement des transparences.
- Réglage du contrôle d'un document.
- Générer un PDF.

Approfondissement

PUBLIC CONCERNÉ

Tous les professionnels des univers éditoriaux et graphiques dans les médias.

PRÉREQUIS

Il est nécessaire d'avoir suivi le stage « InDesign - Niveau 1 » page 67 ou de maîtriser les fonctions de base de ce logiciel.

PÉDAGOGIE

1 Mac ou 1 PC par personne ou une tablette graphique mise à disposition à la demande, connecté par fibre, 1 clé USB remise à chacun, 1 livre remis en fin de stage. 8 participants maximum.

4 jours - 28 heures

code : 43053 prix : 1 650 € HT

Paris

du 4 au 7/4/2016
du 4 au 7/7/2016
du 7 au 10/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

En partenariat avec



PHOTOSHOP

Niveau 1 - Initiation



Objectif

Acquérir les fonctions essentielles de ce logiciel pour devenir autonome dans le traitement de l'image numérique.



Découvrir l'interface du logiciel et l'affichage

Découvrir l'explorateur d'images

Connaître les concepts de l'image numérique

- La taille (pixel et impression), le poids.
- La définition, la résolution, l'interpolation.
- Les formats d'enregistrement pour la diffusion imprimée et numérique.
- Les principes des couleurs : les couleurs d'impression et les couleurs d'écran.

Les sélections

- Les outils de sélection de pixels : lasso, baguette magique...
- Le mode masque.
- L'utilisation de sélection vectorielle par la plume.

S'initier au photomontage

- Les calques et leur gestion.
- Le texte.
- Les effets sur calques (styles de calques, transparence).
- Les règles et la grille.

Utiliser les outils de dessin et de colorisation

- Le pinceau, la gomme et l'utilisation des formes d'outils.
- La forme des brosses.

Nettoyer des images

- Les tampons, le correcteur : les filtres de retouche (netteté, flou, bruit).

La productivité

- Les principes d'acquisition numérique par scanner, par appareil photo numérique.
- Techniques de correction des expositions et des équilibres des couleurs.
- Le panneau historique.
- Optimiser des images pour une diffusion pour le web, pour un diaporama et pour le papier.

→ **Travaux pratiques**

PUBLIC CONCERNÉ

Maquettistes, secrétaires de rédaction, directeurs artistiques, illustrateurs, infographistes, photographes. Toute personne chargée de la réalisation de documents.

PRÉREQUIS

Maîtriser les bases de la photo de presse.

PÉDAGOGIE

Prise en main pratique du logiciel, nombreuses applications concrètes.

4 jours - 28 heures

code : 43056 prix : 1 495 € HT

Paris

du 21 au 24/3/2016
du 10 au 13/10/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

Niveau 2 - Approfondissement



Objectif

Maîtriser le logiciel dans ses fonctionnalités les plus avancées.

Maîtriser les techniques avancées de sélection

- Retour sur les outils de sélection et leurs limites.
- Le mode masque.
- Les couches alpha, les outils de retouche sur couche et les opérations sur couche.

Maîtriser le montage numérique

- Les calques et leur gestion dynamique.
- Les masques de fusion et les masques vectoriels.

Les retouches créatives et productives

- Principes de la lumière et des couleurs.
- L'utilisation des outils de Photoshop dans une approche créative.
- L'application de filtres, d'effets et de motifs.
- Utilisation de techniques de netteté appropriées.

La retouche couleur

- Les règles du système de gestion des couleurs (profils ICC).
- Corriger les expositions avec discernement.
- Combiner Camera Raw et calques dynamiques.
- Les corrections de couleurs à travers les calques de réglage.

Photoshop pour le web

- Optimiser les images pour le web.

Productivité

- Les scripts et les automatisations avec Bridge.
- Acquisition numérique (scanner, appareil photo numérique).

→ **Travaux pratiques**

- Exercices sur des images d'origines diverses.
- Approche de travail et application individuelle sous les conseils de l'intervenant.

PUBLIC CONCERNÉ

Maquettistes, secrétaires de rédaction, directeurs artistiques, illustrateurs, infographistes, photographes. Toute personne chargée de la réalisation de documents.

PRÉREQUIS

Avoir impérativement suivi le niveau 1.

PÉDAGOGIE

Exercices approfondis sur des fonctionnalités.

3 jours - 21 heures

code : 43057 prix : 1 190 € HT

Paris

du 6 au 8/6/2016
du 28 au 30/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

LE TRAVAIL DE LA VOIX



Objectif

Utiliser les techniques de l'acteur pour mieux poser sa voix et améliorer son expression orale.



Comprendre le fonctionnement de la voix

- Découvrir sa voix dans un usage professionnel.
- Théorie et physiologie.

Apprendre à connaître sa voix

- Les différents paramètres : le timbre, le placement, le débit, l'articulation.

Utiliser les techniques de l'acteur

- L'impact de la concentration sur la voix.
- Le rôle essentiel de la respiration.
- Du bon usage du ventre.
- La bonne posture, pour quoi faire ?
- Chauffer sa voix.
- Le sourire qui s'entend à l'antenne.
- Vaincre son trac pour parler clair.

Optimiser l'usage de sa voix

- Lecture à voix haute de textes non journalistiques : fictions, fables...
- Improvisation à partir de dépêches.
- Recherche du ton le plus naturel.
- Comment éviter de « chanter ».

→ Exercices pratiques avec un comédien

Approfondissement

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes de télévision et du web.

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience du commentaire sur image.

PÉDAGOGIE

Exercices d'improvisation et de narration. Exercices d'articulation, de décontraction et de respiration. Enregistrement en studio, écoute critique.

2 jours - 14 heures

code : 45004 prix : 1 195 € HT

Paris

les 10 et 11/3/2016
les 8 et 9/12/2016
les 27 et 28/3/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

DÉNICHER ET EXPLOITER DES VIDÉOS SUR LE WEB



Objectif

Faire émerger des vidéos intéressantes sur Internet pour enrichir ses reportages web ou télé. Connaître les techniques simples pour authentifier leurs sources.

Repérer des vidéos sur le web

- Organiser sa veille vidéo.
- Les principaux outils de recherche.
- Panorama des plates-formes de diffusion.
- Explorer le web caché.

Authentifier les vidéos

- Les techniques pour passer au crible une vidéo (détails du décor, individus...).
- L'analyse des métadonnées d'un fichier vidéo (date, lieu de tournage, sources...).
- Identification du producteur de la vidéo.

Récupérer et intégrer les vidéos

- Les logiciels pour aspirer une vidéo sur Youtube.
- Les convertisseurs de vidéos gratuits.
- L'export vers un logiciel de montage.

Enrichir son reportage vidéo

- Des logiciels libres pour intégrer du texte, des cartes...
- Création de formats originaux. Exemple : le zapping.

Les notions de droit à retenir

- La vidéo sur le web est régie par le droit de la presse écrite.
- Les erreurs à ne pas commettre.

→ Ateliers pratiques

Approfondissement

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Avoir quelques notions de montage sur Final Cut Pro.

PÉDAGOGIE

Présentation, mises en application concrètes, exercices pratiques.

2 jours - 14 heures

code : 46026 prix : 1 095 € HT

Paris

les 14 et 15/4/2016
les 6 et 7/10/2016
les 16 et 17/2/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

PROMOUVOIR ET DIFFUSER

	Code	Page	Durée	2016												2017			
				Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Janv.	Fév.	Mars	
FORMATIONS																			
Optimiser ses contenus éditoriaux sur second écran	46096	108	1			18										7			17
Journaliste Front Page Editor	46091	108	3	25-27									28-30					23-25	
Pinterest, Instagram, Snapchat et les autres	46115	109	2			9-10							26-27						
Maîtriser les Google Analytics	46113	109	2			28-29							14-15						27-28
Gérer sa notoriété sur les réseaux sociaux	45062	110	1			7										7			13

OPTIMISER SES CONTENUS ÉDITORIAUX SUR SECOND ÉCRAN



Objectif

Concevoir une offre enrichie sur un autre écran pour élargir, fidéliser et monétiser son audience.

Découvrir un écosystème en mutation constante

- Comprendre les nouveaux usages : social TV, VOD, replay, visionnage multiécran.
- Identifier les enjeux et les acteurs en présence : diffuseurs, opérateurs...

Utiliser la dynamique du second écran

- Promouvoir et enrichir un programme pour prolonger son cycle d'exploitation.
- Exploiter les moyens d'interagir avec son public (gamification, réseaux sociaux).
- Expériences à retenir : études de cas.

Concevoir un contenu « second écran »

- Identifier les objectifs : le public, le type d'interactivité, la monétisation, les indicateurs de performance.
- Réaliser son projet : la définition du concept, les étapes à suivre, la répartition des rôles, le choix des partenaires.
- Les règles à suivre, les bonnes pratiques à adopter.

Approfondissement

PUBLIC CONCERNÉ

Responsables éditoriaux des secteurs audiovisuel et multimédia, chefs de projet numériques dans les médias, community managers.

PRÉREQUIS

Avoir une pratique multimédia aguerrie, travailler dans une rédaction multisupports.

PÉDAGOGIE

Présentation, exemples, mise en pratique sur un cas concret.

1 jour - 7 heures

code : 46096 prix : 625 € HT

Paris

le 18/3/2016
le 7/11/2016
le 17/3/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

JOURNALISTE FRONT PAGE EDITOR



Objectif

Maîtriser la méthodologie et les outils pour occuper la fonction de chef d'orchestre de la home de son site d'information.



JE VIS MA FORMATION

dans la peau du FPE en charge de la home et j'orchestre la page d'accueil d'un site d'information.

Concept à découvrir page 3

Découvrir la fonction de Front Page Editor

- Présentation des missions du FPE au travers d'une journée type.
- Faire une veille efficace.
- Hiérarchiser une home : que publier, à quel moment, selon quels critères ?
- Maîtriser les techniques pour optimiser son référencement naturel.
- Se constituer une boîte à outils pour gagner du temps.

Mettre en avant des contenus

- Anticiper l'actualité : lister les rendez-vous importants de la journée, préparer des papiers prêts à publier...
- Rédiger une alerte mobile : timing, taille, mots-clés...
- Diffuser ses contenus sur les réseaux sociaux.
- Créer un live : quand utiliser ce format, qu'est-ce qu'un bon live, comment l'alimenter ?

Dans la peau d'un FPE

- Ouvrir le site le matin et choisir cinq à huit infos à traiter en priorité, les hiérarchiser, proposer un titre et un chapô.
- Identifier les rendez-vous de la journée.
- Mettre à jour un article.
- Définir un ou deux sujets du jour, proposer des angles et des formats facilement réalisables en desk et en moins de 2 heures ou sélectionner de bons traitements chez les concurrents et argumenter.
- Rédiger une ou plusieurs alertes, ouvrir un live.

➔ **Nombreux exercices pratiques**

Approfondissement

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Avoir préalablement suivi « L'editing pour le web » page 41 ou avoir une pratique numérique avancée.

PÉDAGOGIE

Présentation, exemples, mise en situation réelle, partage de bonnes pratiques.

3 jours - 21 heures

code : 46091 prix : 1 275 € HT

Paris

du 25 au 27/1/2016
du 28 au 30/9/2016
du 23 au 25/1/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

PINTEREST, INSTAGRAM, SNAPCHAT ET LES AUTRES



Objectif

Connaître les autres réseaux sociaux pour les intégrer dans sa pratique journalistique.



Identifier le réseau social adapté à sa pratique et ses usages

- Appréhender le réseau intégré à Google et YouTube : Google+.
- Utiliser les réseaux orientés « Professionnels » pour ses contacts journalistiques : LinkedIn et Viadeo.
- Identifier les réseaux sociaux Photos : Instagram, Flickr, Tumblr.
- Partager des vidéos sur YouTube, Dailymotion, Vimeo.
- S'appuyer sur la géolocalisation.
- Comprendre le succès de Pinterest.
- Jusqu'où investir les réseaux sociaux ?

S'approprier les outils des réseaux sociaux

- Identifier les mots-clés des réseaux sociaux : timeline, hashtag, liker, pin, snap, cercles...
- Choisir entre profil, page, groupe.

- Animer sa timeline.
- Gérer la complémentarité entre différents réseaux.
- Créer le buzz sur un réseau social : opportunités et risques.

Journalisme et réseaux sociaux

- Optimiser ses relais sur les réseaux sociaux.
- Intégrer les sources d'informations alternatives : blogs, forums...
- Identifier les prescripteurs sur les réseaux sociaux.
- Identifier les tendances journalistiques nées sur les réseaux sociaux : le datajournalisme, le fact-checking.
- L'interactivité sur les réseaux sociaux : les enjeux pour les journalistes et pour les médias.

→ Exercices pratiques

Initiation

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias, tout public débutant sur les réseaux sociaux.

PRÉREQUIS

Avoir déjà un compte sur Facebook ou Twitter.

PÉDAGOGIE

Présentation, expérimentation, mises en application pratique, exercices.

2 jours - 14 heures

code : 46115 prix : 1 040 € HT

Paris

les 9 et 10/3/2016
les 26 et 27/9/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

MAÎTRISER LES GOOGLE ANALYTICS



Objectif

Définir des objectifs d'analyse pertinents et utiliser les données de façon optimale pour améliorer l'efficacité de son site web.



Apprendre à analyser les statistiques de son site internet

- Définir les objectifs d'un site web.
- Identifier les conversions et microconversions dans les cycles de consommation de l'internaute.
- Choisir ses Key Performance Indicators (KPI) web.

Mesurer la qualité de son trafic

- Segmenter une audience.
- Qualifier une visite : microconversion et engagement de l'internaute.

Le calcul des données dans Google Analytics

- Notion de dimensions et mesures.
- La hiérarchie des données.
- Remonter des données dans les bases de Google Analytics.
- Le mode de calcul des KPI Google.
- Limites de Google Analytics.

Établir un plan de marquage pour son site

- Identifier les interactions non suivies par Google.
- Taguer des événements ou des pages virtuelles.

Paramétrer un compte pour mieux interpréter les données

- Articulation d'un compte.
- Créer de multiples profils.

- Paramétrer des objectifs, des entonnoirs de conversions. Créer des filtres.

Comprendre et interpréter les données du Front panel

- Comprendre les points clés de l'interface.
- Connaître les outils de tri et de segmentation.

Gérer et optimiser la création de trafic

- Taguer ses campagnes de création de trafic.
- Comprendre les méthodes d'attribution des sources de trafic pour optimiser ses budgets.

Construire un tableau de bord web

- Concevoir son tableau et interpréter les résultats.
- Automatiser et paramétrer la création et l'envoi de tableaux de bord.

Utilisation avancée

- Créer ou importer des segments spécifiques.
- Créer, paramétrer et interpréter des variables personnalisées.
- Créer des rapports personnalisés.
- Identifier les mots-clés utilisés dans le moteur de recherche internet du site.
- Créer des alertes pour réagir rapidement aux variations de trafic, identifier les buzz.

Initiation

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias, community managers, webmasters, responsables de publication, chefs de projets numériques.

PRÉREQUIS

Cette formation ne nécessite pas de connaissance technique préalable. Elle implique de travailler pour un site d'information.

PÉDAGOGIE

Session animée par un formateur agréé Google. Chaque partie théorique est renforcée par une mise en pratique. Les scénarios sont adaptés aux cas des participants.

2 jours - 14 heures

code : 46113 prix : 1 050 € HT

Paris

les 29 et 30/3/2016
les 14 et 15/9/2016
les 27 et 28/3/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

GÉRER SA NOTORIÉTÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



Objectif

Être visible sur les réseaux sociaux en veillant à sa réputation. Les bons réflexes en cas d'attaque ou de harcèlement.

Soigner son image sur les réseaux sociaux

- Notoriété, réputation, image (de marque) : quelles différences sur les réseaux sociaux ?
- Bâtir une stratégie éditoriale de présence sur les réseaux sociaux.
- Veille, curation, autopromotion, SAV, animation de communauté.

S'exposer sans se mettre en danger

- Bien choisir ses amis ou ses followers.
- Profil, commentaires, posts... les erreurs à ne pas commettre lorsque l'on se met en avant sur Facebook ou Twitter.

Agir vite en cas de crise

- Que faire lorsque l'on est victime de commentaires négatifs, de bad buzz ?
- Dénigrement, insultes, diffamation sur Twitter et Facebook : les actions juridiques à mener.

Approfondissement

PUBLIC CONCERNÉ

Professionnels des médias audiovisuels (présentateurs, journalistes...).

PRÉREQUIS

Avoir déjà une pratique des réseaux sociaux.

PÉDAGOGIE

Alternance entre théorie et exercices pratiques.

1 jour - 7 heures

code : 45062 prix : 570 € HT

Paris

le 7/3/2016

le 7/11/2016

le 13/3/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com



Bilan de compétences

Le bilan de compétences permet à un salarié d'analyser ses compétences et aptitudes professionnelles pour définir un projet professionnel : évolution professionnelle, mobilité interne ou externe, création d'entreprise, reconversion, formation... Salariés de la presse, de l'édition et de la communication, CFPJ vous aide à préciser votre projet d'évolution, d'orientation ou de reconversion.

Rendez-vous sur le site du CFPJ rubrique Bilan de compétences pour plus de détail :

À quoi sert le bilan de compétences ?

Comment se déroule un bilan de compétences ?

Comment en bénéficier ?

Pourquoi faire son bilan de compétences au CFPJ ?

www.cfpj.com

MANAGER

	Code	Page	Durée	2016												2017		
				Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Janv.	Fév.	Mars
FORMATIONS																		
Devenir chef de projet images	43107	112	20	18								13		12			17	
Devenir chef de projet numérique	46021	113	19		8-10	3-4 30-1			30-2 27-29	22	24-26	15-16	12-14	7-9	5-8	11-13	3	
Repenser sa rédaction pour le plurimédia	41014	114	2					17-18						28-29				
Diriger une équipe de rédaction en presse écrite	41009	114	3		3-5							26-28					22-24	
Manager plurimédia	41025	115	3			14-16						19-21			12-14			
Se former au tutorat	41030	115	1		8								19				3	
Gérer un site web	46114	116	2				7-8						6-7					
Devenir chef d'édition	45059	116	5					30-3					31-4					
Monter sa société de production	45073	117	3						29-1					23-25				
Photocamp avec Patrick Chauvel	43108	117	3				18-20					21-23						
Créer son identité numérique professionnelle	46076	118	2						9-10					2-3				
Réussir un projet de publication sur tablette	46095	118	4					24-27					18-21					
Focus sur la vente de contenus en ligne	46097	119	1						1					23				
Innover et se diversifier à l'heure du multimédia	46040	119	3					9-11				19-21						

DEVENIR CHEF DE PROJET IMAGES

Objectif

Maîtriser le traitement visuel de l'information pour accompagner des projets numériques éditoriaux.



Définir les enjeux de l'image sur le web (3 jours)

- Organiser ses sources d'images fixes et animées.
- Organiser la ressource : les flux, les réseaux, les partages, les échanges.
- Identifier les outils de veille numérique, de travail collaboratif, de stockage et d'archivage.
- Utiliser les réseaux sociaux, sources d'images.
- Construire son identité professionnelle sur le web : se faire connaître et reconnaître.
- Créer son blog.

Identifier les types de projets numériques visuels (3 jours)

- Analyser les productions et les formats différents.
- Définir le transmédia, les nouvelles narrations.
- Examiner la place de l'esthétique et du design, de l'innovation et du buzz.

Construire un format multimédia court (3 jours)

- Écrire un synopsis.
- Maîtriser la narration, la prise de son, les effets dans le montage.
- Réaliser une frise chronologique, une image interactive.
- Identifier les logiciels open source et mettre en place une veille sur ces outils.
- Déterminer le potentiel de diffusion du projet (média, réseau social).

Développer sa démarche de chef de projet images : projet et périmètre (3 jours)

- Identifier les qualités et les compétences du chef de projet images.
- Définir les étapes de l'élaboration du projet et les tâches (intention, conception, production, tests).
- Distinguer les interactions avec les différents métiers : webdesigners, diffuseurs, producteurs...
- Identifier les ressources (équipe, budget, délais, financement).

Développer sa démarche de chef de projet images : méthodologie (2 jours)

- Utiliser une méthode de type Agile et Scrum.
- Construire un tableau de suivi de l'avancée du projet.
- Identifier les livrables (brief, note de cadrage, cahier des charges, chartes, devis...).
- Respecter les obligations légales.

Produire un long projet numérique, de l'intention éditoriale à la diffusion (3 jours)

- Réaliser un cahier des charges en fonction du média.
- Concevoir un budget prévisionnel et le planning de la production.
- Rechercher des dossiers d'aides et de soutien.
- Écrire un pitch.

Passage devant le jury (3 jours)

- Deux journées : simulation d'un montage et gestion d'un projet numérique.
- Une journée : présentation du projet devant le jury en vue de la certification.

➔ **Nombreuses applications pratiques**

➔ **Réalisation d'un sujet « images » court**

PUBLIC CONCERNÉ

Iconographes de presse, documentalistes, archivistes, responsables de photothèques en entreprise. Cette formation s'adresse aux personnes possédant une expertise image et souhaitant faire leur mutation numérique.

PRÉREQUIS

Avoir une bonne connaissance de l'image.

PÉDAGOGIE

Présentation, prise en main d'outils, exemples, applications concrètes, mises en situation réelles.

MODALITÉS D'INSCRIPTION

Remplir le dossier de candidature complété de votre CV, d'une lettre de motivation et de la photocopie de votre carte d'adhésion à l'A.N.I si vous êtes membre.
Frais de dossier : 46 € TTC.
Remise de 20 % pour les membres de l'A.N.I.

CERTIFICAT

Chaque participant pourra développer à mi-parcours un projet à partir de photos de son support. À l'issue de 17 jours de formation, chaque participant pourra présenter un projet devant un jury professionnel, en vue d'obtenir le certificat de compétences CFPJ « Chef de projet images ».

20 jours - 140 heures

code : 43107
prix : 6 150 € HT
prix pour les particuliers : 6 150 € HT

Paris

- du 18 au 20/1/2016 puis du 10 au 12/2/2016 puis du 9 au 11/3/2016 puis du 6 au 8/4/2016 puis les 9 et 10/5/2016 puis du 6 au 8/6/2016 puis les 11 et 12/7/2016 Jury : le 13/7/2016
- du 12 au 14/9/2016 puis du 17 au 19/10/2016 puis du 23 au 25/11/2016 puis du 19 au 21/12/2016 puis les 16 et 17/1/2017 puis du 15 au 17/2/2017 puis les 10 et 11/4/2017 Jury : le 12/4/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81
Demande intra : intramedias@cfpj.com

En partenariat avec



DEVENIR CHEF DE PROJET NUMÉRIQUE

Objectif

Acquérir, dans une approche transversale, les méthodes et les outils pour développer un projet éditorial sur un support numérique.



Identifier le rôle du chef de projet digital (3 jours)

- Les qualités et les compétences du chef de projet digital.
- Les outils du chef de projet : logiciel de gestion de projet, tableau de suivi, de reporting, outils de partage.
- Notions de management dans un environnement plurimédia.
- Les interactions avec les différentes compétences, les différents métiers : développeurs, webdesigners, ergonomes, graphistes...
- Respecter les obligations légales.

Balayer les étapes pour mettre en place son projet digital (2 jours)

- Tirer les meilleurs enseignements d'un benchmark poussé pour définir sa stratégie : objectifs, cibles, moyens, calendrier.
- Concevoir l'architecture de son site ou de son appli.
- Estimer ses coûts et structurer financièrement son projet.
- S'entourer des compétences et profils nécessaires.

Identifier les différents business models digitaux (3 jours)

- Identifier les forces et faiblesses des modèles existants : tout gratuit, freemium, tout payant.
- Mesurer les avantages et inconvénients d'un paywall.
- Penser son business model en intégrant la diversification : rechercher des sources multiples de revenus.
- Tour d'horizon d'exemples et contre-exemples.

Maîtriser les aspects du web marketing (3 jours)

- Travailler l'accessibilité du site, la navigation dans l'appli.
- Référencer et optimiser son site, travailler l'affiliation.
- Les contenus suggérés et automatisés, notions d'analyse sémantique.
- La création de trafic, suivre la mesure de l'audience.
- Analyser les performances de son site, de son appli.

Lancer un projet éditorial digital (4 jours)

- Notions d'HTML et d'XML, prise de connaissance des formats standard de contenus et de flux.
- Rédiger une charte rédactionnelle.
- Identifier les différents formats de traitement de l'information numérique.
- Choisir ses propres modes de traitement de l'information selon ses moyens techniques et humains.
- Identifier les compétences nécessaires à la production de contenus multimédias selon son projet.

Définir une stratégie sociale numérique (3 jours)

- Identifier les potentialités qu'offre le social media : panorama des réseaux sociaux.
- S'adosser à la culture du partage et de la viralité de l'information.
- Les réseaux privés et verticaux.
- Mettre en place une feuille de route de présence sur les médias sociaux.
- Piloter sa présence sur les réseaux sociaux.

Soutenance devant un jury professionnel (1 jour)

- Présentation de votre projet numérique.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias, chefs de projet digitaux, éditeurs de sites web.

PRÉREQUIS

Venir impérativement en formation avec un projet de développement éditorial digital.

PÉDAGOGIE

Présentation, mises en application pratiques, accompagnement des projets des participants, partage des bonnes pratiques.

DIPLÔME

À l'issue de 18 jours de formation, chaque participant pourra rédiger un mémoire sur son projet de développement éditorial numérique et le soutenir devant un jury professionnel en vue d'obtenir le certificat de compétences « Chef de projet digital » du CFPJ. L'obtention de ce certificat est liée aux résultats obtenus pendant la formation et lors du passage devant ce jury.

CFPJ BOX

- e-communauté
- e-ressources



19 jours - 133 heures

code : 46021
prix : 7 410 € HT
prix pour les particuliers : 7 410 € TTC

Paris

- du 8 au 10/2/2016 puis les 3 et 4/3/2016
- du 30/3 au 1/4/2016 puis du 27 au 29/4/2016
- du 30/5 au 2/6/2016 puis du 27 au 29/6/2016
- Jury : le 22/7/2016
- du 24 au 26/8/2016 puis les 15 et 16/9/2016
- du 12 au 14/10/2016 puis du 7 au 9/11/2016
- du 5 au 8/12/2016 puis du 11 au 13/1/2017
- Jury : le 3/2/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com



AMBASSEUR

Benoît Quémard | Spécialiste contenus, stratégie numérique & organisation de production

Crédit photo : @DR

« Les avancées du numérique et la vitesse d'apparition des nouvelles technologies imposent d'acquiescer des façons de penser et de travailler qui dépassent les techniques et méthodes classiques de management de projets. »

REPENSER SA RÉDACTION POUR LE PLURIMÉDIA

Objectif

Mettre en œuvre une intégration plurimédia réussie pour une organisation adaptée et adaptable.

Adopter une stratégie plurimédia cohérente

- Conjuguer culture « maison » et benchmark dans la définition d'un projet.
- Se nourrir de l'expérience des entreprises qui ont réussi leur transformation plurimédia.
- Gestion du changement dans les rédactions.

Impliquer sa rédaction à la stratégie de l'entreprise

- Impliquer les journalistes et l'ensemble de l'entreprise autour du projet plurimédia.
- Engager l'intégration par étape.
- Maîtriser les techniques d'accompagnement du changement et de gestion des projets.
- Adapter ses pratiques journalistiques à une diffusion multicanale.
- Intégrer le cloud au système rédactionnel.

- Diversifier les méthodes de traitement de l'information.
- Mettre en scène les contenus en fonction des formats.
- Encourager l'apprentissage continu et le développement des compétences.
- Trouver l'organisation pour gérer les différentes temporalités de l'information selon les supports.

Développer un média à forte valeur ajoutée

- Toucher un public sensible au design, à la créativité et au ludique : ce que l'univers des jeux vidéo nous apprend.
- Organiser son buzz et gérer ses communautés.
- Monétiser les contenus et les services rendus.
- Inventer produits et services en phase avec cette logique de contenus.
- Intégrer les apports du marketing et des nouvelles technologies.

Approfondissement

PUBLIC CONCERNÉ

Rédacteurs en chef, directeurs de rédaction, responsables de développement, chefs de projet et éditeurs.

PRÉREQUIS

Être inscrit dans la hiérarchie de la rédaction.

PÉDAGOGIE

La formation se déroule dans la newsroom du CFPJ. Exercices et mises en situation.

2 jours - 14 heures

code : 41014 prix : 1 060 € HT

Paris
les 17 et 18/5/2016
les 28 et 29/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81
Demande intra : intramedias@cfpj.com

DIRIGER UNE ÉQUIPE DE RÉDACTION EN PRESSE ÉCRITE

Objectif

Maîtriser l'encadrement d'une rédaction en conciliant les contraintes de budget, de délais et d'objectifs éditoriaux.



Définir une politique rédactionnelle

- Déterminer les attentes des lecteurs et des non-lecteurs.
- Formuler le concept rédactionnel et les objectifs éditoriaux.
- Traduire des objectifs dans la grille de la publication et dans le traitement écrit et visuel de l'information.
- La négociation des moyens financiers, rédactionnels et humains.

Encadrer, animer et motiver son équipe

- Faire travailler dans un esprit d'équipe rédacteurs, pigistes, secrétaires de rédaction, rédacteurs-graphistes et journalistes web.
- Gérer les différentes personnalités.
- Identifier, prévenir et gérer les conflits.
- Différencier les responsabilités des services.
- Mettre en place une grille de salaires.
- Conduire les entretiens annuels.

Organiser la rédaction

- Déterminer un mode de fonctionnement efficace.
- Définir les objectifs poursuivis lors des différents rendez-vous communs.
- Intégrer les équipes multimédias.

Tenir la conférence de rédaction

- Préparer ou faire préparer les conférences de rédaction.
- Susciter du renouveau éditorial.
- Formaliser et transmettre les choix éditoriaux.
- Discuter, affiner les angles et faire une commande claire d'articles.
- Le rôle de contrôle postproduction de la conférence de rédaction.

Gérer son temps et ses objectifs

- Définir ses objectifs de direction.
- Maîtriser planning et agenda.
- Communiquer avec sa direction et les services de l'entreprise.

Approfondissement

PUBLIC CONCERNÉ

Rédacteurs en chef, chefs de rubriques, responsables de publications.

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience du management d'équipe.

PÉDAGOGIE

Présentation, mise en situation, jeux de rôle, partage d'expérience.

3 jours - 21 heures

code : 41009 prix : 1 260 € HT

Paris
du 3 au 5/2/2016
du 26 au 28/9/2016
du 22 au 24/3/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81
Demande intra : intramedias@cfpj.com

MANAGER PLURIMÉDIA



Objectif

Gérer une rédaction multisupport : les ressources, les temporalités de l'information.



Organiser une rédaction multimédia

- Newsroom, rédaction bimédia, rédaction intégrée, comment s'y retrouver ?
- Définir ses objectifs et ses priorités.
- Mettre en place une organisation pour que la rédaction soit efficace.
- Trouver et optimiser les bonnes compétences.

Distribuer l'information sur plusieurs supports

- Veille et curation sur les nouvelles sources d'information en ligne.
- Apprendre à développer des synergies online et offline.
- Architecturer ses contenus pour une diffusion éclatée.
- Diffuser une information sur plusieurs canaux : anticipation et mise en oeuvre.
- Valoriser ses contenus nouveaux et anciens.

Gérer la temporalité du print et du numérique

- Print, web, tablettes, smartphones, écrans connectés, définir sa place dans cette nouvelle galaxie.
- Adapter un contenu print au web.
- De l'exclu au dossier, gérer les différents types de contenus, en ligne et hors ligne.
- Gérer et optimiser les différentes durées de vie d'un contenu.

Produire multisupport

- Les particularités de l'information multimédia.
- Les outils du journaliste connecté.
- Limites et avantages du journalisme multipolyvalent.
- Fabriquer de l'information multimédia.
- Optimiser l'emploi des différents supports.
- Gérer l'utilisation multiécran (tablettes, smartphones, TV connectée...).
- Évaluer les actions réalisées.

Perfectionnement

PUBLIC CONCERNÉ

Rédacteurs en chef et chefs de services médias.

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience du management d'équipe.

PÉDAGOGIE

La formation se déroule dans la newsroom du CFPJ. Exercices, échanges et mises en situation.

3 jours - 21 heures

code : 41025 prix : 1 260 € HT

Paris

du 14 au 16/3/2016

du 19 au 21/9/2016

du 12 au 14/12/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

SE FORMER AU TUTORAT



Objectif

Acquérir une méthodologie et mettre en place des outils pour accompagner un(e) jeune journaliste dans une démarche de transmission de compétences.

Se situer dans sa mission de tuteur

- Identifier les formes de tutorat selon le profil du tuteur.
- Identifier les différents acteurs impliqués : connaître le rôle de chacun.
- Définir ses missions de tuteur : accueillir, accompagner, transmettre, professionnaliser, rendre autonome, évaluer.

Se préparer à devenir tuteur

- Mettre en place les conditions d'accueil du tuteur.
- Préparer un livret d'accompagnement pour assurer le suivi de la progression.
- Avoir une vision précise des compétences à transmettre pour l'exercice du métier.
- Identifier les situations d'apprentissage possibles.

Adopter une posture pédagogique pour transmettre

- Connaître les principes de la pédagogie pour adulte.
- Définir des objectifs pédagogiques.
- Concevoir un déroulé pédagogique d'acquisition des compétences.
- Connaître les nombreuses situations d'apprentissage possibles.
- Définir les critères objectifs mesurant la progression.

Instaurer une relation favorisant l'apprentissage

- Valoriser les acquis, encourager les progrès.
- Encourager, féliciter.
- Surmonter les difficultés, lever les blocages.
- Apporter les critiques constructives.
- Être présent, s'effacer : transmettre l'autonomie.

Initiation

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias amenés à accompagner au long cours un stagiaire, un apprenti, un contrat de professionnalisation, un nouvel embauché au sein de la rédaction.

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience d'accompagnement d'un stagiaire en entreprise.

PÉDAGOGIE

Présentation, exercices, mises en situation, élaboration d'une feuille de route.

1 jour - 7 heures

code : 41030 prix : 570 € HT

Paris

le 8/2/2016

le 19/10/2016

le 3/2/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

GÉRER UN SITE WEB

Objectif

Mettre en œuvre une stratégie éditoriale sur le web pour accompagner ses équipes éditoriales et webmarketing.



Gérer le temps

- Concevoir et suivre un planning éditorial.
- Déterminer la fréquence de publication des articles sur le site.
- Prendre en compte les temporalités entre média traditionnel et site.

Gérer l'information

- Être réactif à l'actualité.
- Organiser une veille sur les « tendances Google ».
- Travailler son fond éditorial pour lui offrir de nouvelles vies.
- Articuler les différents flux d'informations (push mobile, revue de web, contenus multimédias...).

Gérer une équipe

- Organiser les ressources en comptoirs : gestion de l'information chaude, gestion de l'information tiède, gestion de l'information froide.
- Anticiper, réagir, rebondir.

Gérer le marketing éditorial

- Mettre en place une stratégie d'acquisition d'audience.
- Gérer le community management : réaliser des articles à partir des contenus générés par les lecteurs.
- Décrypter les statistiques de son site (Google Analytics...).

→ Travaux pratiques à partir des projets des participants

→ Mise en place d'une feuille de route personnalisée

Initiation

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Avoir une expérience du journalisme numérique.

PÉDAGOGIE

Présentation, exemples, applications pratiques, partage d'expériences.

2 jours - 14 heures

code : 46114 prix : 1 050 € HT

Paris

les 7 et 8/4/2016
les 6 et 7/10/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

DEVENIR CHEF D'ÉDITION

Objectif

Accompagner le déroulé d'un JT en direct et adapter son contenu en temps réel pour suivre l'évolution de l'actualité.



JE VIS MA FORMATION

dans la peau d'un chef d'édition et j'accompagne le déroulé d'une émission ou d'un JT en direct.

Concept à découvrir page 3

Acquérir les réflexes essentiels

- S'assurer de la cohérence de la ligne éditoriale.
- Construire le conducteur avec le rédacteur en chef.
- Hiérarchiser l'information en accord avec le rédacteur en chef, les lois de proximité.
- Suivre l'actualité en permanence (dépêches, sites web d'information, contacts téléphoniques avec les correspondants de la chaîne).

Préparer une édition

- Faire la liste des éléments à disposition concernant l'actualité du jour (reportages, interviews, images...).
- Chercher et vérifier l'information.
- Suggérer de nouvelles informations.
- Fabrication du sujet, des infographies et des images.
- Vérifier la cohérence entre l'information et le texte du présentateur.
- Vérifier tous les éléments du conducteur avant la prise d'antenne.

Suivre l'édition en régie

- Diriger l'équipe en régie (réalisateur, ingénieurs du son...).
- Transmettre en temps réel des informations au présentateur.
- Organiser l'arrivée d'éléments nouveaux : duplex, off...
- Être réactif pour suivre en permanence l'évolution de l'actualité.
- Gérer les problèmes techniques.
- Gérer le timing.
- Insuffler un rythme à l'émission.
- Assurer le lien avec la rédaction.

Adopter le bon comportement

- Rester concentré.
- Gérer les priorités.
- Gérer son stress.
- Travailler en équipe.

Initiation

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes audiovisuels, assistants d'édition.

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience journalistique dans un média.

PÉDAGOGIE

Alternance de cours théoriques et pratiques. Fabrication d'un conducteur.

5 jours - 35 heures

code : 45059 prix : 2 610 € HT

Paris

du 30/5 au 3/6/2016
du 24 au 28/10/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

MONTER SA SOCIÉTÉ DE PRODUCTION



Objectif

Connaître les étapes clés et les bonnes pratiques pour créer sa société de production.



Construire un business plan

- Analyse de marché : les acteurs clés, la concurrence.
- Connaître le fonctionnement des sociétés de production, leurs mécanismes, leurs méthodes de travail.

Choisir la forme juridique adaptée

- Le choix du statut : SAS, SARL, SA...
- Se rapprocher des bonnes institutions ou le système D.
- Le choix d'un avocat spécialisé.
- Évaluer le montant du capital de départ.
- Le statut particulier des chômeurs créateurs (ACCRE...).

Bien gérer les aspects pratiques

- Trouver des locaux.
- Acheter ou louer le matériel ?
- Aperçu du mille-feuille administratif (gestion avec les organismes publics type URSSAF, Pôle Emploi...).
- Trouver le bon comptable.
- Connaître les différents dispositifs d'aides financières.

Bien s'entourer

- Faut-il embaucher ?
- Attirer des talents.
- Travailler avec des indépendants.
- Piges ou forfait ?
- Les tarifs pratiqués sur le marché.

Gestion des relations avec les diffuseurs

- Approcher les diffuseurs. Frapper aux bonnes portes. Le pitch, le synopsis.
- Le démarchage.
- La signature du contrat avec un diffuseur. La marge de négociation.
- Gérer sa production en étant rentable.

Se développer à l'international

- Pourquoi partir : bien définir son projet et ses attentes.
- Choisir sa ville d'implantation. Critères journalistiques, techniques, légaux, financiers.
- Bien gérer la relation avec les diffuseurs/producteurs à distance.
- Gérer une équipe à l'étranger : qui recruter ? Compenser le turn-over.
- Anticiper les risques liés à l'éloignement : oubli, déconnexion.

Initiation

PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne ayant un projet de création de société de production.

PRÉREQUIS

Avoir une connaissance du monde de l'audiovisuel.

PÉDAGOGIE

Exercices pratiques.

3 jours - 21 heures

code : 45073 prix : 1 495 € HT

Paris

du 29/6 au 1/7/2016
du 23 au 25/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

PHOTOCAMP AVEC PATRICK CHAUVEL



Objectif

Bénéficier de l'expérience de ce grand photoreporter et de son équipe pour perfectionner son travail et ses techniques de démarchage pour vendre ses sujets.



Patrick Chauvel
©Anne Pitoun

Jour 1 : échanges avec Patrick Chauvel

- Les images qui ont fait la couverture de la presse internationale : analyse de l'image et de son contenu informatif.
- Les images coup de cœur : immersion dans la vie du reporter, ses anecdotes, ses rencontres, la distance entre soi et le sujet, comportement sur le terrain.
- Les images dont il a failli ne pas revenir : réflexion sur les problèmes rencontrés en situation réelle.
- Table ronde avec Patrick Chauvel, Gaëlle Girbes et Julie Papini (Corbis).

Jour 2 : atelier pratique avec Gaëlle Girbes

- Présentation des sujets de chaque participant : analyse d'un point de vue technique, journalistique et esthétique.
- Mise en forme des sujets : analyse des images, informations et composition à travers l'editing de chaque sujet.

- Mise en conformité des images pour la diffusion : profil ICC, champs IPTC, copyright et retouche numérique.
- Écriture d'un court synopsis pour présenter son travail.

Jour 3 : présentation des sujets avec Patrick Chauvel, Gaëlle Girbes et Julie Papini

- Chaque participant présente son travail de la veille au comité éditorial constitué des intervenants.
- Étude des sujets retenus : analyse des sujets avec les auteurs.
- Décryptage des pistes de démarchage magazine : quelle ligne éditoriale peut correspondre à leur sujet et pourquoi ?
- Au cours de la journée, les participants devront démarcher, avec le soutien des intervenants, les potentiels acheteurs de leur travail, le but étant de décrocher un premier rendez-vous.

Approfondissement

PUBLIC CONCERNÉ

Photographes désirant bénéficier d'une expertise de référence sur ses travaux en vue de les placer.

PRÉREQUIS

Avoir une bonne maîtrise de la photo de presse. Venir avec son book.

PÉDAGOGIE

Retours d'expériences, regards sur les books, partage des bonnes pratiques.

3 jours - 21 heures

code : 43108 prix : 2 495 € HT

Paris

du 18 au 20/4/2016
du 21 au 23/9/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

En partenariat avec



CRÉER SON IDENTITÉ NUMÉRIQUE PROFESSIONNELLE

Objectif

Maîtriser la gestion de son e-réputation et travailler sa visibilité par un CV enrichi et interactif.

Panorama des réseaux professionnels

- Typologie des médias sociaux sur lesquels bâtir sa visibilité numérique.
- Comprendre les usages du web participatif.

La communauté professionnelle : la construire ou se faire accepter ?

- Quelle communauté intégrer, selon quelle stratégie, pour y faire quoi ?
- Créer son profil, se positionner sur les plates-formes.
- Maîtriser son positionnement sur les réseaux sociaux instantanés.

Gérer son identité numérique et son e-réputation

- Mettre en place des outils de veille pour suivre et gérer son e-réputation.
- Connaître les schémas de recrutement.
- Données personnelles et vie privée.

Créer un CV enrichi et interactif

- Mettre en ligne votre CV enrichi et interactif : cibler sa diffusion.
- Structurer un CV, travailler la mise en forme et intégrer des éléments graphiques.
- Ce qu'apporte l'interactivité.
- Optimiser son référencement naturel.

Initiation

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tout public.

PRÉREQUIS

Avoir déjà créé sa page Facebook et/ou son compte Twitter.

PÉDAGOGIE

Travail en atelier, applications concrètes. Les participants sont invités à venir en formation avec leur CV.

2 jours - 14 heures

code : 46076 prix : 1 040 € HT

Paris
les 9 et 10/6/2016
les 2 et 3/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81
Demande intra : intramedias@cfpj.com

En partenariat avec



RÉUSSIR UN PROJET DE PUBLICATION SUR TABLETTE

Objectif

Comprendre les changements qu'apportent les tablettes dans les modes de consommation de l'information pour engager le lancement de son application.

Introduction à la publication digitale

- Comportement du tablonaute.
- Les tablettes.
- Les différentes solutions de publication numérique.

Gérer la production d'une publication digitale

- La lisibilité sur écran et ses critères.
- Les ressources nécessaires .
- Identifier les sources à disposition.
- Réorganisation du flux de production.
- Les coûts de production.
- Les coûts de distribution.
- Modèle économique et systèmes d'abonnement.

Organiser l'ergonomie de la publication

- Choix et pertinence de la pictographie.
- Les modes de navigation.
- Les différentes interactions possibles.
- Création d'un story-board.

Publier sur tablette : les implications pour l'éditorial

- Définir la ligne éditoriale.
- Les apports de l'information tactile.

- Les conséquences sur les modes de narration à développer.
- Repérer les formats éditoriaux particulièrement adaptés aux tablettes.
- Repenser la structure de la narration.

Organiser la production de contenus pour sa publication

- Un chemin de fer décomposé, un rubricage simple et efficace.
- Rédiger une charte rédactionnelle.
- Définir les modes de traitement de l'information chaude ou froide.
- La temporalité de l'information sur tablette.
- Repenser les circuits de production des contenus.
- Enrichir la rédaction de nouvelles compétences.

Intégrer la valeur ajoutée d'une publication digitale

- Soigner l'éditorial par l'enrichissement audio, vidéo.
- Proposer des services uniques.
- Impliquer ses tablonautes.
- Embarquer une équipe commerciale.
- La valorisation des archives.

Approfondissement

PUBLIC CONCERNÉ

Tous salariés des médias et maisons d'édition : journalistes, rédacteurs, chargés de publication, rédacteurs en chef ou éditeurs, graphistes, directeurs artistiques.

PRÉREQUIS

Une pratique de l'écriture journalistique est nécessaire pour suivre efficacement cette formation.

PÉDAGOGIE

Formation coconçue et coanimée par CFPJ Médias et Pyramyd. Groupe de 7 participants maximum. Présentation de nombreux exemples, français et étrangers, pour nourrir les propos.

4 jours - 28 heures

code : 46095 prix : 2 150 € HT

Paris
du 24 au 27/5/2016
du 18 au 21/10/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81
Demande intra : intramedias@cfpj.com

En partenariat avec



FOCUS SUR LA VENTE DE CONTENUS EN LIGNE



Objectif

Connaître les principales techniques de monétisation d'un site éditorial, la dialectique gratuit/payant, le couplage papier/web.

La gratuité mène à tout... à condition d'en sortir

- Comprendre le fonctionnement de l'économie du gratuit.
- Distinguer revenus différés et revenus de substitution.
- Connaître le principe de la conversion, ses ruses et ses outils.

Deux modèles de conversion du gratuit en payant

- Les raisons d'encourager le freemium ou paiement choisi.
- Les raisons de se tourner vers le paywall ou paiement contraint.
- Critères de choix.

Le couplage papier-web

- Construire une offre mixte.
- Élaborer des tarifs cohérents avec les exigences de chaque support.

Autres formes de commercialisation

- L'achat à l'article.
- Favoriser syndication, grands comptes, vente aux tiers.
- S'adosser aux collecteurs en ligne et kiosques électroniques.
- La monétisation indirecte des contenus : quelques expériences à suivre.

→ Exemples et travaux pratiques

Approfondissement

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes et salariés de tous médias.

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience de commercialisation numérique.

PÉDAGOGIE

Pédagogie active, fondée sur l'étude de cas réels et les retours d'expérience.

1 jour - 7 heures

code : 46097 prix : 635 € HT

Paris

le 1/6/2016

le 23/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

En partenariat avec



INNOVER ET SE DIVERSIFIER À L'HEURE DU MULTIMÉDIA



Objectif

Créer des offres éditoriales multisupport, des services innovants, pour rentabiliser l'audience de son site.

Évolution des pratiques

- Usages et comportements d'achat, notamment sur tablettes.

Créer et tarifier des offres éditoriales multimédias

- Internet à l'heure de la mobilité : multiplication des écrans, nouveaux modes d'accès aux contenus, services innovants, géolocalisation, 4G.
- L'évolution des réseaux sociaux.
- Un enjeu majeur : faire payer l'information et les services sur le web, les techniques émergentes.

Le webmarketing

- Les modes de référencement pour développer, fidéliser et monétiser son audience.
- Surveiller et faire évoluer positivement sa marque.
- Le web, un canal économique et puissant de recrutement de clients.
- Le marketing relationnel et l'e-CRM.

Maîtriser les nouveaux modèles publicitaires

- Formats classiques et émergents, display et performance.
- Quelques techniques en plein essor : affiliation, livres blancs, enchères en ligne.
- Inventer et vendre des opérations spéciales : développer votre créativité.
- Quels formats publicitaires pour les supports mobiles ?

Méthodologie d'une diversification réussie

- Développer la part du web dans ses activités traditionnelles.
- Diversifier : quoi ? Pour quelles cibles ? Comment et avec qui ?
- Les territoires du hors-média.

Approfondissement

PUBLIC CONCERNÉ

Directeurs de titres, éditeurs, rédacteurs en chef, responsables marketing et développement, responsables de diffusion et publicité.

PRÉREQUIS

Il est nécessaire de maîtriser les fondamentaux du webmarketing.

PÉDAGOGIE

Présentation concrète, exemples, retours d'expériences.

3 jours - 21 heures

code : 46040 prix : 1 360 € HT

Paris

du 9 au 11/5/2016

du 19 au 21/9/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

En partenariat avec



CONTENUS ET THÉMATIQUES

	Code	Page	Durée	2016												2017		
				Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Janv.	Fév.	Mars
FORMATIONS																		
Éduquer aux médias	48041	121	1		5									5				
Les nouvelles façons d'inventer	48042	121	1				18								23			
Comprendre le monde bancaire	48034	122	2						6-7						21-22			
Les assurances dans la vie quotidienne	48035	122	2					19-20							17-18			
L'importance du fait religieux dans l'espace public	48036	123	3	27-29									28-30					
Comprendre la crise de l'immobilier	48030	123	1						20					11				
Faire parler chiffres et statistiques	48037	124	1				8							7				
Les nouvelles monnaies	48040	124	2			24-25							26-27					
Comprendre l'entreprise et décrypter ses comptes	48018	125	2			10-11								3-4			6-7	
Les fonctions et le rôle des collectivités territoriales	48008	125	2				4-5							14-15				
Connaître le système judiciaire	48002	126	1					24						18				
De l'enquête au procès	48006	126	3						13-15					3-5				
Du procès à l'exécution de la peine	48003	127	2						16-17					20-21				

ÉDUCER AUX MÉDIAS

 Objectif



Se familiariser à l'éducation aux médias en vue d'aller parler de son métier dans les établissements scolaires.

Découvrir la presse à l'école

- Remise dans le contexte historique.
- Découvrir que l'éducation aux médias est une valeur éducative inscrite dans les programmes scolaires.
- Connaître les services dédiés dans les établissements, au ministère.
- La place de la Semaine de la presse.
- La presse à l'école après Charlie.

Découvrir la presse dans l'école

- Les journaux scolaires : dans quel cadre, pour quelle information ?
- Découverte d'initiatives originales.
- Connaître les associations partenaires.

Journalistes : trouver sa place en classe

- Quel est l'engagement des journaux ?
- Présenter son travail de journaliste aux élèves.
- Travailler et accompagner un jeune public dans l'éducation aux médias.
- Les possibilités de partenariats entre médias et établissements scolaires.

Un cartable de ressources pour les journalistes

- Connaître les structures utiles et les documents de référence sur l'éducation aux médias.
- Des idées de projets à monter.

→ Retour d'expériences en milieu scolaire

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias souhaitant intervenir en milieu scolaire pour participer à l'éducation aux médias.

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience de rencontre avec des collégiens/ lycéens pour expliquer son travail de journaliste.

PÉDAGOGIE

Présentation, rencontre, partage d'expérience.

1 jour - 7 heures

code : 48041 prix : 570 € HT

Paris

le 5/2/2016

le 5/10/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

LES NOUVELLES FAÇONS D'INVENTER

 Objectif



Fablab, trolls de brevet : comprendre comment l'innovation se situe au cœur des problématiques économiques actuelles.

L'innovation, arme fatale des économies mondialisées ?

- L'innovation, phénomène polymorphe.
- Le lien entre innovation et croissance : qu'en disent les économistes ?
- Mesurer l'innovation.

La propriété intellectuelle, carotte de l'innovation ou produit financier ?

- Brevets, marques, modèles, dessins, copyrights... Qu'est-ce que la propriété intellectuelle ?
- L'inflation du nombre de brevets et marques : explications, conséquences.
- Les trolls des brevets et les autres : comment les brevets deviennent un actif financier.

- Innovation ouverte, fablab, les nouvelles façons d'inventer.
- Quel avenir pour la propriété intellectuelle ?
- Intervention d'un juriste spécialiste des marques travaillant dans un grand cabinet de propriété intellectuelle.

→ Nombreux exemples

PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

PRÉREQUIS

Maîtriser les principales notions économiques.

PÉDAGOGIE

Présentation, exercices et jeux collectifs, rencontre.

1 jour - 7 heures

code : 48042 prix : 570 € HT

Paris

le 18/4/2016

le 23/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

COMPRENDRE LE MONDE BANCAIRE

Objectif

Découvrir l'influence des banques dans la circulation des biens, la raison de leur fragilité et comprendre pourquoi elles sont aujourd'hui davantage réglementées.

Comprendre le rôle des banques dans l'économie

- Dates historiques, développements récents : les chiffres du secteur.
- Décortiquer le fonctionnement d'une banque.
- S'initier aux principes du bilan et au compte de résultats.

Identifier les acteurs du monde bancaire

- Découvrir la segmentation de l'activité : banques de détail (agences), banques commerciales (entreprises), banques de marché (Bourse), banques de financement et d'investissement, gestion d'actifs, courtage et intermédiation, activités de support (tiers de confiance, dépositaires, conservateurs...).
- Les gardiens des règles : législateurs, régulateurs, superviseurs, contrôleurs.

- Le cadre légal (législatif, réglementaire) : Code monétaire et financier
- Les autorités de régulation : ACPR, AMF, ESMA, BdF, BCE, Fed, BRI.

Dysfonctionnements et sanctions

- Mesurer l'importance de la fixation des règles.
- Les mesures correctrices : coercition, sanctions administratives et judiciaires.
- Conséquences et préjudices liés au non-respect des règles.

Applications journalistiques

- Typologies des angles : enjeu d'actualité (événement macro/micro), expliquer et faire découvrir (pédagogie), sujets de consommation, pratiques, techniques.
- Méthodes et sources : les particularités pour traiter efficacement le sujet.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Maîtriser les principales notions économiques.

PÉDAGOGIE

Présentation, études de cas, exercices pratiques, partage d'expériences.

2 Jours - 14 heures

code : 48034 prix : 1 040 € HT

Paris
les 6 et 7/6/2016
les 21 et 22/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81
Demande intra : intramedias@cfpj.com

LES ASSURANCES DANS LA VIE QUOTIDIENNE

Objectif

Accidents, catastrophes naturelles, faits divers ou affaires, elles occupent l'arrière de l'actualité. Les clés pour comprendre le fonctionnement des assurances.

La mutualisation des risques

- L'importance de l'assurance en France.
- De la prévoyance au besoin d'assurance.
- Comprendre les rouages de la compagnie d'assurances : le principe du bilan et du compte de résultats.

- Découvrir les multiples niveaux de contrôle interne, externe mais aussi professionnel, administratif.
- Les autorités de supervision : ACPR, ministère de l'Économie.

Les principales catégories

- Différencier assurance de biens, assurance de personnes et réassurance.
- Le fonctionnement : aspects techniques (comment ça marche ?), économiques (combien ça rapporte ?), et citoyens (à quoi ça sert ?).

Les infractions aux règles et les conséquences

- L'enjeu du respect des règles pour la société et pour l'individu.
- Conséquences et préjudices liés au non-respect des règles.
- Les mesures correctrices, coercition, sanctions, administratives et judiciaires.

La régulation d'une activité vitale

- Qui fixe les règles : législateurs, régulateurs, superviseurs, contrôleurs.
- Connaître les notions de base du Code des assurances et le cadre légal réglementaire.

Traitement journalistique

- Tour d'horizon des cibles : presse grand public, presse spécialisée, presse professionnelle.
- Trouver des angles originaux sur les assurances.
- Glossaire des meilleures sources d'informations.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience dans la couverture de faits divers.

PÉDAGOGIE

Présentation, partage d'expériences.

2 Jours - 14 heures

code : 48035 prix : 1 040 € HT

Paris
les 19 et 20/5/2016
les 17 et 18/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81
Demande intra : intramedias@cfpj.com

→ Travaux pratiques

L'IMPORTANCE DU FAIT RELIGIEUX DANS L'ESPACE PUBLIC



Objectif

Décrypter les nouvelles frontières du paysage avec le retour des grandes religions dans le débat public.

Église et mouvements religieux dans la France des années 2016-2020

- L'évolution des formes de pratique et d'appartenance aux institutions religieuses.
- Le désir de visibilité du religieux dans l'espace public.
- L'affirmation originale des communautés de croyants au sein de l'univers démocratique.

Forces, faiblesses et implication du catholicisme

- Les prises de position du Pape François et le paysage religieux en recomposition.
- Les tensions autour des grandes questions éthiques.

Protestants et juifs dans la société française

- Les identités religieuses et la vie sociale.

- La volonté du protestantisme de la séparation entre le politique et le religieux.

L'islam en France et l'Islam de France

- Une nouvelle donne.
- L'islamisme.
- Les nombreuses raisons de la montée en puissance des fondamentalismes et des intégrismes.

Les nouveaux défis de la laïcité dans le contexte d'un réveil religieux

- L'exercice de la religion dans la seule sphère privée, toujours au centre des débats sur le rapport au monde.
- L'espace de la République face à la montée des communautarismes.

Les religions orientales

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience dans la couverture de sujets Société.

PÉDAGOGIE

Présentation, rencontres, partage d'expériences.

3 Jours - 21 heures

code : 48036 prix : 1 190 € HT

Paris

du 27 au 29/1/2016
du 28 au 30/9/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

COMPRENDRE LA CRISE DE L'IMMOBILIER



Objectif

Comprendre le marché du logement, pourquoi les prix s'effondrent. Connaître le rôle des acteurs et les avatars d'un problème qui s'aggrave.

Comprendre les origines de la crise du logement

- État des lieux Paris-province.
- L'immobilier aux mains des financiers.
- Les dégâts du « Tout propriétaire ».
- Les conflits entre locataires et bailleurs.
- Comment fonctionnent les commissions de conciliation ?

Connaître les politiques du logement

- Les politiques nationales.
- Le droit au logement opposable.
- L'action des collectivités locales et territoriales.
- Le rôle des partenaires sociaux.

Identifier les principaux interlocuteurs

- Ministère-État-collectivités-bailleurs sociaux ou institutionnels.

- La planète éclatée du monde associatif (DAL, CNL, CNCV).
- Décrypter l'action des lobbies économiques : bâtiment, immobilier, bailleurs privés.
- Peut-on se fier aux experts du domaine immobilier ?

→ Exercices pratiques

- Analyser les bilans annuels (FNAIM, Chambre des Notaires, Fondation Abbé Pierre...).
- Comment accéder aux données fiables ?

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias, responsables de rédactions, documentalistes.

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience dans la couverture de sujets Société.

PÉDAGOGIE

Exposés, étude de cas, passage en revue des sources privées et administratives, partage d'expériences.

1 jour - 7 heures

code : 48030 prix : 570 € HT

Paris

le 20/6/2016
le 11/10/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com



FAIRE PARLER CHIFFRES ET STATISTIQUES



Objectif

Apprendre à décrypter les informations chiffrées qui se multiplient dans le traitement de l'actualité. Les présenter de manière compréhensible aux lecteurs.

Le besoin du lecteur de recevoir des informations quantitatives

- Un moteur de l'information économique... et des autres rubriques.
- Les segments, les acteurs et champs d'action.
- Sensibilisation aux unités comparables dans le travail d'interprétation.
- Des statistiques exploratoires aux statistiques affirmatoires.
- Le cas des idées qualitatives.

Le traitement journalistique des données quantitatives

- Tour d'horizon des bonnes pratiques : presse grand public, presse spécialisée, presse professionnelle.
- De la règle à l'application journalistique.
- Les spécificités à connaître pour aborder chaque sujet.
- Décryptage et présentation de tableaux et de graphiques.

Typologie des angles

- Le prisme macro/micro.
- L'approche-découverte.
- La cible conso/pratique/technique.

Travaux faciles sur les modes de calcul

- Les méthodes simples (pourcentage, proportion, fraction, coefficient).
- Les variations (composée/décomposée, linéaire, exponentielle ou géométrique).
- Les ensembles (sous-ensembles, inclusion, exclusion, intersection, échantillon).

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience dans la couverture de sujets économiques ou de soirées électorales.

PÉDAGOGIE

Présentation, nombreuses applications pratiques.

1 jour - 7 heures

code : 48037 prix : 570 € HT

Paris

le 8/4/2016

le 7/10/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

LES NOUVELLES MONNAIES



Objectif

Comprendre le boom des monnaies et leur influence sur la société.



Connaître l'évolution historique : du troc au bitcoin

- Coquillages, grains de riz, bouts d'argile, pièces d'or : les Hommes ont toujours eu de la monnaie en poche.
- Acheter n'est pas un acte anodin : il conditionne la façon dont les Hommes ont noué leurs relations sociales et construit leur société.
- Passage en revue ludique des différents types de monnaies ayant existé : mode de création, fonctions, fonctionnement.
- Comprendre comment la monnaie, loin d'être un instrument « neutre », transforme en profondeur les sociétés et les économies.
- Que vaut l'euro ?

Ils ont créé leur monnaie

- Pour changer de vie, ils ont décidé de changer de monnaie. Désormais, on peut créer sa monnaie dans son garage comme d'autres y inventaient des ordinateurs.
- Revue de communautés ayant créé des monnaies complémentaires : pour quelles raisons ? Comment cela fonctionne-t-il ? Est-ce une monnaie de substitution ? Quelle est sa valeur légale ? Existe-t-il différents types de monnaies complémentaires ?
- Comment les monnaies modifient-elles la vie collective ?
- Peuvent-elles contribuer à sortir de la crise ?
- Quels atouts présentent-elles ? Quels risques peuvent-elles créer ?
- Le journaliste peut-il les ignorer ?
- Approche ludique et pédagogique : jeux et vidéos pour comprendre les principes.

PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

PRÉREQUIS

Maîtriser les principales notions économiques.

PÉDAGOGIE

Présentation, exemples concrets, jeux collectifs.

2 jours - 14 heures

code : 48040 prix : 1 040 € HT

Paris

les 24 et 25/3/2016

les 26 et 27/9/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

COMPRENDRE L'ENTREPRISE ET DÉCRYPTER SES COMPTES



Objectif

Apprendre à décrypter rapidement le business model, le fonctionnement et les résultats d'une entreprise pour mieux comprendre son actualité et ses enjeux.

Définir une entreprise, son rôle et son fonctionnement

- Situer une entreprise dans son environnement géographique, concurrentiel, institutionnel.
- Appréhender son marché et sa position sur le marché, ses partenaires.
- Comprendre sa stratégie, ses contraintes, ses enjeux.
- Clarifier l'organisation et les fonctions de l'entreprise.

Acquérir les bases de la lecture de comptes

- Comprendre le vocabulaire financier.
- Où trouver des informations financières ?
- Lire et exploiter les documents financiers.

- Comprendre l'influence des contraintes financières sur les stratégies d'entreprise : endettement, ouverture du capital, délais de paiement, externalisation d'activités...

→ **Travaux pratiques sur les bilans d'entreprises**

PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

PRÉREQUIS

Maîtriser les principales notions économiques.

PÉDAGOGIE

Présentation, exemples concrets, étude de cas, partage d'expériences.

2 jours - 14 heures

code : 48018 prix : 1 040 € HT

Paris

les 10 et 11/3/2016

les 3 et 4/10/2016

les 6 et 7/3/2017

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

LES FONCTIONS ET LE RÔLE DES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES



Objectif

Connaître et comprendre le rôle et le fonctionnement des collectivités territoriales pour mieux appréhender les enjeux d'aménagement du territoire et de politique locale.

L'histoire du désengagement progressif de l'État

- Le tour d'horizon complet de la décentralisation : histoire et définitions.
- Les grandes étapes de L'Acte I à L'Acte II et à L'Acte III.

Comprendre le fonctionnement des collectivités territoriales

- La commune : l'institution de proximité.
- L'intercommunalité : des conseillers communautaires plus proches des citoyens.
- Le Conseil Départemental et le nouveau découpage cantonal.
- L'obligation d'un binôme paritaire et le renouvellement total de l'assemblée à chaque élection.
- La Région : une institution mal connue.

Des compétences spécifiques par collectivité

- Clause générale de compétence : vertu ou facteur de complexification ?

- Connaître les compétences exercées par les communes.
- Comprendre le rôle des intercommunalités sur la gestion des grands projets structurants.
- Connaître les attributions des départements : le cas de la gestion des collèges.
- Connaître les attributions des régions : des aides aux entreprises au cofinancement des lignes de TGV.

De l'autonomie financière à la crise des finances publiques

- L'utilisation de la ressource financière par les collectivités territoriales.
- Les dotations de l'État.
- Taxe d'habitation et taxe professionnelle, des ressources conséquentes.
- Les enjeux locaux de la crise des finances publiques : des finances locales alourdies par l'endettement de l'État.
- Les risques du financement par le secteur bancaire privé.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience dans le traitement de l'information de proximité.

PÉDAGOGIE

Présentation, rencontre, applications pratiques, partage d'expérience.

2 jours - 14 heures

code : 48008 prix : 1 040 € HT

Paris

les 4 et 5/4/2016

les 14 et 15/11/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

CONNAÎTRE LE SYSTÈME JUDICIAIRE



Objectif

Comprendre le fonctionnement, les acteurs et les compétences des différents tribunaux.



Comprendre l'organisation des juridictions

- La justice et la séparation des pouvoirs. La dualité des ordres de juridiction.
- L'indépendance de la magistrature.
- Le droit à un procès équitable, à un double degré de juridiction.
- Lenteur de la justice : les conséquences pour le journaliste.

Identifier les juridictions et leurs compétences

- L'ordre judiciaire et les juridictions civiles : tribunal d'instance, conseil de prud'hommes, tribunal de grande instance, tribunal de commerce, cour d'appel et Cour de cassation.
- L'ordre judiciaire et les juridictions pénales : tribunal de police, tribunal correctionnel, cour d'assises, Cour de cassation.
- L'ordre administratif : tribunal administratif, cour administrative d'appel, Conseil d'État, Conseil constitutionnel, Tribunal des conflits, Cour de justice de la République.
- Identifier les principaux acteurs.

Les grandes étapes de la procédure

- Le principe du contradictoire, la publicité des débats.
- Le déroulement du procès civil. Le référé.
- Le procès pénal. Comment porter plainte ?
- La désignation du juge d'instruction.
- La mise en examen : conséquence dans le traitement de l'information.
- La présence de l'avocat : à quel moment ?
- La détention provisoire : qui l'ordonne ?

La décision de justice et son exécution

- Les délais de jugement : recours et indemnisations possibles.
- Le titre exécutoire.

Les autres modes de règlement des litiges

- L'arbitrage, la conciliation, la médiation : les avantages et les coûts de ces procédures.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience dans la couverture de faits divers.

PÉDAGOGIE

Formation animée par un fait diversier, présentation, étude de cas concret, partage des bonnes pratiques.

1 jour - 7 heures

code : 48002 prix : 570 € HT

Paris

le 24/5/2016

le 18/10/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

DE L'ENQUÊTE AU PROCÈS



Objectif

Maîtriser l'univers des faits divers pour raconter ces histoires qui passionnent les lecteurs.

Définition du fait divers

- Étude d'une enquête sur un assassinat : rôle des différents intervenants dans les étapes successives, notamment du procureur de la République, des officiers de police judiciaire, « experts », du juge d'instruction...
- Les erreurs à ne pas commettre.

Connaître les sources

- Pompiers, policiers, gendarmes, procureurs, avocats, témoins, voisins...
- Se constituer un carnet d'adresses, gérer ces contacts souvent soumis au secret de l'enquête ou de l'instruction.
- Le journaliste vu par les sources : comment se positionner dès le début de l'enquête ?
- Gérer le off et le on.
- Analyse de témoignages écrits de faits diversiers, d'un agencier, d'un localier.

Organisation de la police et de la gendarmerie nationale

- Identifier leurs périmètres d'intervention.
- Connaître leurs différences de méthode.
- Intervention d'un professionnel, échanges.

Le travail du fait divers

- Connaître les particularités de l'écriture du fait divers.
- Les précautions de langage à prendre.
- Respecter l'anonymat et la présomption d'innocence.
- Traiter dans l'urgence ces sujets délicats, à forte dimension humaine.
- Veiller à ne pas divulguer des éléments cruciaux pour l'enquête policière.

→ Mise en situation réelle.

- Choix d'un sujet.
- Préparation du travail de terrain (sources, prises de contacts, de RV).
- Reportage fait divers sur le terrain.
- Écriture, corrections, échanges.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience dans la couverture de faits divers.

PÉDAGOGIE

Formation animée par un fait diversier, présentation, mises en situation réelle : reportage sur un fait divers sur le terrain.

CFPJ BOX

- Module e-learning
- La liberté d'information et de création



3 jours - 21 heures

code : 48006 prix : 1 190 € HT

Paris

du 13 au 15/6/2016

du 3 au 5/10/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

DU PROCÈS À L'EXÉCUTION DE LA PEINE



Objectif

Maîtriser toutes les étapes du déroulement d'un procès pour le faire vivre à ses lecteurs.

Identifier les étapes clés de la procédure

- Connaître les règles de procédure.
- Maîtriser le lexique juridique.

Connaître les acteurs de la procédure

- Le Parquet : déclenchement de l'action publique, opportunité des poursuites.
- Le juge d'instruction : désignation, commissions rogatoires, auditions, mise en examen.
- Les juridictions de jugement.
- Les auxiliaires de justice.
- La victime, habituellement partie civile.
- Le témoin, le mis en examen, le condamné.

Les informations à solliciter selon les stades de la procédure

- Publier sans enfreindre la loi sur la presse.

- Protéger ses sources.
- Que peut-on écrire à propos d'une affaire en cours ?

Connaître les limites au principe de la publicité des débats

- Dans quel cas le huis clos est-il prononcé ?
- Règles particulières aux procès de mineurs et de mœurs.
- Le retour sur les anciennes affaires : émergence d'un droit à l'oubli.

→ Mise en situation réelle

- Suivi d'un procès en correctionnelle au Palais de justice de Paris, accompagné par le formateur.
- Rédaction, correction, échanges.

PUBLIC CONCERNÉ

Journalistes tous médias.

PRÉREQUIS

Avoir préalablement suivi la formation « De l'enquête au procès » page 126 ou avoir déjà couvert des faits divers.

PÉDAGOGIE

Formation animée par un fait diversier, présentation, mise en situation réelle : suivi d'une audience au tribunal.

CFPJ BOX

- Module e-learning
- La liberté d'information et de création



2 Jours - 14 heures

code : 48003 prix : 1 040 € HT

Paris

les 16 et 17/6/2016
les 20 et 21/10/2016

S'inscrire : 01 73 00 11 81

Demande intra : intramedias@cfpj.com

PARMI NOS RÉFÉRENCES

20 MINUTES

ABC
ACTE PRESSE
ACTUFAX
AFP
AGEFI
AGENCE API
AGRICULTURE INFORMATION
ARTE
AUTOACTU.COM
BAUER MÉDIA FRANCE
BESTOMÉDIA GROUP
CAPTAIN EO PRODUCTIONS
CAR&BOAT MÉDIA
CHAMPAGNE ÉDITIONS
CONDÉ NAST
COURRIER FRANÇAIS
ECLECTIC PRODUCTION
ECO DES PAYS DE SAVOIE
EDIFA
ELSEVIER MASSON
EN PAYS VARIOIS
EQUIDIA
EURONEWS
EXTÉRIEUR JOUR
FACTUEL.INFO
FASHION PRESS
FLAB PRESSE
FLEURUS PRESSE
FMM
GROUPE AMAURY
GROUPE BAYARD
GROUPE BERTELSMANN
GROUPE BOLLORÉ
GROUPE CANAL+
GROUPE CENTRE FRANCE
GROUPE CRÉDIT MUTUEL
GROUPE FRANCE AGRICOLE
GROUPE FRANCE TÉLÉVISION
GROUPE GHM
GROUPE HOMMEL
GROUPE INDUSTRIE SERVICES INFO
GROUPE LA DÉPÊCHE DU MIDI
GROUPE LAGARDÈRE
GROUPE LE FIGARO
GROUPE LE MONDE
GROUPE LE NOUVEL OBSERVATEUR
GROUPE LE POINT
GROUPE LES ECHOS

GROUPE L'EXPRESS-ROULARTA
GROUPE MARIE-CLAIRE
GROUPE MONDADORI
GROUPE MONITEUR
GROUPE MOTOR PRESSE FRANCE
GROUPE NEXT RADIO TV
GROUPE NRJ
GROUPE OUEST-FRANCE
GROUPE RADIO FRANCE
GROUPE RÉUSSIR
GROUPE ROSSEL
GROUPE SUD-OUEST
GROUPE TF1
GROUPE VALMONDE
GROUPE WOLTERS KLUWER
GS PRESSE
HOSPIMÉDIA
IMPACT M@DICOM
INDIGO PUBLICATIONS
INFOPRO DIGITAL
INTERNATIONAL NEW YORK TIMES
JARDI MÉDIA
JORDANNE FM
KTO
L'AMI DU PEUPLE
LA MANCHE LIBRE
LA MARSEILLAISE
LA TERRE DE CHEZ NOUS
LA VOIX DE L'AIN
LA VOIX PROTESTANTE
LCP - PUBLIC SÉNAT
L'ÉCHO DE LIMOGES
LECANARDSOCIAL.COM
LE COMTADIN
LE COURRIER CAUCHOIS
LE MENSUEL DU GOLFE
DU MORBIHAN
LE PAYSAN TARNAIS
LE PHARMACIEN DE FRANCE
LE QUOTIDIEN DU MÉDECIN
LE REVENU
LES ÉDITIONS COTE
LES ÉDITIONS DE LA GAZETTE
LES ÉDITIONS DE L'HOMME
NOUVEAU
LES ÉDITIONS DU BOISBAUDRY
LES ÉDITIONS ESI
LES ÉDITIONS HATIER
LES ÉDITIONS LARIVIÈRE

LES ÉDITIONS F. LEFEBVRE SARRUT
LES ÉDITIONS MESSIGNAC
LES ÉDITIONS NATHAN
LES ÉDITIONS NERESSIS
LE TEMPS
L'HÔTELLERIE RESTAURATION
L'HUMANITÉ
LIBÉRATION
LIGNE DE FRONT
L'INFORMATION AGRICOLE
DU RHÔNE
LIPARI PRESSE
MAXIMAL NEWS TÉLÉVISION
MÉDIAS BEAUBREUIL
MIGROS MAGAZINE
NEWCO
NGPA
NORMANDIE MAGAZINE
PLANET.FR
PUBLIC MÉDIA
PYC ÉDITION
RADIOS CHRÉTIENNES
FRANCOPHONES
RADIO CONTACT FM
RADIO EUROPÉENNE NANTAISE
RADIO MONTLUÇON BOURBONNAIS
RADIO NOTRE DAME
RADIO PULSAR
RADIO SAINTE-ANNE
RADIO VAL PIRENEOS
READER'S DIGEST
RELAXNEWS
REUTERS
RUEIL TV
SOCIÉTÉ FANNY PRODUCTIONS
TERRE DE TOURAINE
TERRITORIAL
TGA NEWS
TIVIEC ÉDITIONS
TLT
TURF ÉDITIONS
TV RENNES
TV VENDÉE
UNI ÉDITIONS
VIVA
VOSGES TÉLÉVISION

Des centaines d'entreprises de presse font confiance au CFPJ MÉDIAS pour assurer la formation de leurs journalistes grâce aux formations proposées dans le catalogue ou lors de formations sur mesure.



CFPJ
s'est engagé depuis 10 ans dans une démarche de développement durable.

MODALITÉS D'INSCRIPTION

S'INSCRIRE À UNE FORMATION

Avant de s'inscrire, il est demandé de :

- s'assurer que l'on possède bien le niveau requis,
- vérifier que le financement est assuré par son entreprise, par un organisme financeur (OPCA...) et/ou par ses propres moyens.



par téléphone en contactant notre service inscriptions au 01 73 00 11 81.

Toute inscription par téléphone doit être confirmée par écrit.



par e-mail en envoyant votre inscription à l'adresse suivante : inscription@cfpj.com sans oublier le titre de la formation et la session choisie.



par courrier en nous retournant le bulletin d'inscription complété à : CFPJ - 35, rue du Louvre - 75002 Paris.



par fax au 01 44 82 20 03.



par internet en remplissant en ligne le bulletin de pré-inscription disponible sur notre site : www.cfpj.com.

Pour toute demande de **formation intra**, sur mesure, faites nous part de votre projet en nous contactant par e-mail : intramedias@cfpj.com, ou remplissez notre formulaire sur notre site internet : www.cfpj.com.

FINANCEMENT DE VOTRE FORMATION

Budget de formation des entreprises

La facture adressée vaut convention de formation simplifiée. Un devis ou une convention de formation simplifiée peuvent être établis à la demande du client. Renseignements : Tél. : 01 73 00 11 81.

Financement personnel

- Lorsque le participant finance lui-même sa formation, des remises et des facilités de paiement peuvent lui être consenties.
- Pour toute inscription à titre individuel, quel que soit le mode de financement, un contrat de formation professionnelle doit être établi au plus tard 20 jours avant le début de la formation (art. L. 920.13 du Code du travail). Renseignements : Tél. : 01 73 00 11 81.

Financement Congé Individuel de Formation (CIF) / Demandeur d'emploi

CFPJ propose des plans de formation adaptés à la situation et au projet de chaque participant.

Renseignements

Christine Hugonet - Tél. : 01 44 82 20 22
e-mail : chugonet@cfpj.com

Avertissement

Les prix affichés dans ce catalogue sont présentés hors taxe. Ils sont soumis au taux de TVA en vigueur au moment de la formation.

LE SUIVI DE VOTRE INSCRIPTION

Le traitement de votre inscription

À réception de votre inscription par écrit, CFPJ vous adresse un accusé de réception.

Une convocation qui précise les lieux, horaires et moyens d'accès vous est adressée 15 jours avant la formation. La non-réception éventuelle de celle-ci n'a pas valeur d'annulation de l'inscription.

Une facture qui tient lieu de convention de formation simplifiée vous sera adressée à l'issue de la formation.

Le déroulement de la formation

Dès leur arrivée, les participants sont dirigés vers la salle de formation et sont invités à une prise de contact informelle autour d'un café d'accueil.

Deux pauses sont prévues, l'une le matin, l'autre l'après-midi. La formation commence à 9h00 et se termine vers 17h30. Les horaires du dernier jour de formation sont définis en accord avec le groupe afin de permettre aux participants qui doivent utiliser les transports en commun d'être parfaitement dans les temps.

Nous garantissons une durée de formation de 7 heures par jour. Le repas peut être pris en commun dans les nombreux restaurants implantés à proximité du lieu de la formation. Les frais de repas restent à la charge de chaque participant.

La préparation de votre séjour

Pour réserver votre chambre d'hôtel, contactez notre centrale de réservation BBA

- par téléphone au 01 49 21 55 90
- par fax au 01 49 21 55 99
- par e-mail : cfpj@netbba.com

en précisant que vous participez à une formation du CFPJ.

ACCÈS AU CENTRE

RER A, B et D : station Châtelet - Les Halles
Métro : stations Les Halles (ligne 4), Louvre-Rivoli (ligne 1), Sentier (ligne 3), Châtelet (lignes 1, 4 et 11), Grands-Boulevards (ligne 9).
Bus : Louvre - Etienne Marcel (lignes 29, 48, 67, 74 et 85)
Voiture : stationnement difficile hors parking
Parking : Forum des Halles, Bourse, Croix-des-Petits-Champs.

NOTRE DÉMARCHÉ QUALITÉ

À l'issue de la formation, chaque participant est invité à remplir une **fiche d'évaluation** qui fait l'objet d'une analyse approfondie. CFPJ peut ainsi prendre en compte les besoins spécifiques de ses clients et adapter en permanence ses prestations à leurs attentes. Tout participant ayant indiqué sur sa fiche d'évaluation que la formation n'a pas totalement répondu à son attente est systématiquement contacté par le service qualité dans les jours suivants.

Scannez ces codes et rejoignez CFPJ sur les réseaux sociaux !



BULLETIN D'INSCRIPTION

À photocopier et à retourner au service inscriptions,
CFPJ - 35, rue du Louvre - 75002 Paris

Tél. : 01 73 00 11 81 - Fax : 01 44 82 20 03 - E-mail : inscription@cfpj.com

LA FORMATION

Intitulé de la formation : _____

Code : _____ Prix (€ HT) : _____

Date souhaitée : _____

Avez-vous déjà suivi
une formation au CFPJ ?
Si oui, laquelle ?

LE PARTICIPANT

Mme Mlle M.

Nom* : _____

Prénom : _____

Adresse personnelle : _____

Tél. bureau* : _____

Tél. mobile : _____

Fax bureau : _____

E-mail* : _____

Fonction - Profession* : _____

Carte de presse : _____

Numéro de Sécurité Sociale (Inscription individuelle) : _____

* Indispensable pour traiter l'inscription du participant

L'ENTREPRISE

Nom de l'entreprise : _____

Secteur d'activité (code APE/NAF) : | | | | | | | | | |

Nom et prénom du gestionnaire du dossier : _____

E-mail du gestionnaire du dossier : _____

Tél. : _____

Fax : _____

Nom et qualité du signataire de la convention : _____

La convocation doit être envoyée (merci de cocher la case correspondante) :

au participant au responsable de formation aux deux

La non-réception éventuelle de celle-ci n'a pas valeur d'annulation de l'inscription.

Adresse de l'entreprise : _____

Code Postal : | | | | | | Ville : _____

Numéro de Siret de l'entreprise : | | | | | | | | | | | | | | | |

Numéro de TVA : | | | | | | | | | | | | | | | |

Bon de commande : | | | | | | | | | | | | | | | |

LE FINANCEMENT

Adresse de facturation : _____

Un numéro de bon de commande interne à votre entreprise doit-il apparaître sur votre facture ?

Oui Non

Si oui, numéro : _____

CFPJ se réserve le droit d'exclure le participant à la formation si le client n'a pas transmis son bon de commande au CFPJ avant le début de la formation.

Le financement de votre formation passera-t-il par un OPCA ?

Oui Non

Numéro de prise en charge : _____

Adresse de votre OPCA : _____

Si l'accord de prise en charge de l'OPCA ne parvient pas au CFPJ au premier jour de la formation, CFPJ se réserve la possibilité de facturer la totalité des frais de formation au client.

Lorsque le règlement est assuré par un organisme (ASFO, FAF, Chambre de commerce...), indiquez ses coordonnées ci-dessous.

Nom de l'organisme : _____

Tél. : _____

Adresse de l'organisme : _____

Numéro de Siret de l'organisme : | | | | | | | | | | | | | | | |

Pour les employeurs de l'État, des collectivités locales et des établissements publics à caractère administratif, joindre obligatoirement le bon de commande.

CP16 CGI

N° Siret CFPJ : 449 557 339 00016

En cas de refus ou de carence de l'organisme financeur, l'employeur s'engage à payer au CFPJ la totalité des sommes restant dues.

Conformément à l'article 6 de la loi n° 78-17 du 6/1/1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, telle que modifiée par la loi n° 2004-801 du 6/8/2004, les informations qui vous sont demandées sont nécessaires au traitement de votre inscription et sont destinées aux services du CFPJ. Vous pouvez accéder à ces informations et en demander la rectification. Nos adresses peuvent faire l'objet d'une cession, d'une location ou d'un échange avec d'autres sociétés. Si vous ne souhaitez pas être destinataires de leurs documents, merci de nous le signaler.

Date

Signature et cachet de l'entreprise (obligatoires)

Toute inscription vaut acceptation des conditions générales de vente détaillées au verso.

Le règlement

par chèque à l'ordre de SAS CFPJ

par virement bancaire :

BNP Paribas - Agence Elysée Haussmann,
37-39 rue d'Anjou 75008 Paris

Compte n° 30004 00819 00011882703 61,
libellé au nom de SAS CFPJ.

Le Groupe CFPJ se réserve le droit d'annuler ou de reporter, sans frais, une session qui, une semaine avant son ouverture, ne réunirait pas le nombre minimal d'inscrits nécessaire au bon déroulement de la formation.

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE ENTREPRISES

1. OBJET

- Le présent document, ci-après « Conditions Générales de Ventes » (« CGV »), s'applique à toutes les offres de formation proposées par la société, et faisant l'objet d'une commande de la part du Client, à savoir les formations présentielles et les formations e-learning, correspondant à des modules de formation dans un espace électronique sécurisé, en mode e-learning (ou Formations Ouvertes et A Distance - FOAD), accessibles depuis sa plate-forme.
- L'offre de services développée est conforme à la circulaire n° 2001/22 du 20 juillet 2001 de la Délégation Générale à l'Emploi et à la Formation Professionnelle relative aux formations ouvertes et à distance « FOAD » (e-learning).
- La commande est réputée ferme et définitive lorsque le Client renvoie, par tout moyen, le bulletin d'inscription signé (fax, transmission électronique, courrier).
- Le fait de passer commande implique adhésion entière et sans réserve du Client aux présentes CGV et leur annexe, le Client se portant fort de leur respect par l'ensemble de ses salariés, préposés et agents.
- Le Client reconnaît à cet effet que, préalablement à la signature du bon de commande, il a bénéficié des informations et conseils suffisants par la société, lui permettant de s'assurer de l'adéquation de l'offre de services à ses besoins.
- La société se réserve le droit de réviser les présentes conditions générales à tout moment, les nouvelles conditions s'appliquant à toute nouvelle commande, quelle que soit l'antériorité des relations entre la société CFPJ et le Client.

2. TARIF

- Le prix par participant est indiqué sur chaque fiche de formation. Les tarifs sont également consultables sur le site internet de la société et sur le catalogue de formations de l'année en cours.
- L'inscription est effectuée au nom de la personne physique participant mais le client de la société est l'entreprise ou l'institution contractant et payant le montant de la formation.
- Tous les prix sont indiqués en euros, hors taxes et sont donc à majorer du taux de TVA en vigueur au jour de l'inscription.
- Toute formation ou tout cycle commencé est dû en totalité, même si le participant ne s'est pas présenté.
- Nos tarifs sont forfaitaires. Dans le cas d'une formation présentielle, ou comportant une partie présentielle, ils comprennent la documentation pédagogique remise pendant la formation, petits-déjeuners d'accueil et pauses-café.

3. RÉGLEMENT

- Le règlement de l'intégralité du prix de la formation est à effectuer à l'inscription, ou à réception de la facture, comptant, sans escompte, par chèque à l'ordre de la société CFPJ ou par virement.
** Excepté pour les collectivités territoriales qui, conformément aux règles établies par la comptabilité publique, règlent « après service fait ».*
- Tout paiement postérieur aux dates d'échéance figurant sur nos factures donnera lieu à l'application de pénalités de retard égales à 3 fois le taux d'intérêt légal en vigueur et à une indemnité forfaitaire de 40 € conformément à l'article D441-5 du Code de Commerce. Elles sont exigibles sans qu'il soit besoin de mise en demeure.
- En cas de paiement effectué par un OPCA, il appartient au bénéficiaire de s'assurer de la bonne fin du paiement par l'organisme concerné. En cas de prise en charge partielle par l'OPCA, la part non prise en charge sera directement facturée au client.
- La société se réserve le droit :
 - d'exclure de toute formation présentielle, et ce à tout moment, tout participant dont le comportement gênerait le bon déroulement de la formation et/ou manquerait gravement aux présentes CGV ;

- de suspendre l'accès à un module de formation e-learning, tout participant qui aurait procédé à de fausses déclarations lors de l'inscription et ce, sans indemnité ;
- de refuser toute inscription de la part d'un client pour motif légitime et non discriminatoire, et notamment de refuser toute commande d'un Client avec lequel il existerait un litige relatif au paiement d'une commande antérieure.

4. ANNULATIONS / REMPLACEMENTS / REPORTS

- Formulées par écrit :
 - les annulations de modules de formation e-learning sans présentiel donnent lieu à un remboursement ou à un avoir intégral si elles sont reçues avant la première connexion à un module. Aucune annulation de la commande ne pourra être acceptée à compter de la date d'utilisation par le bénéficiaire des identifiants permettant d'accéder à la plate-forme.
 - les annulations de formations présentielles ou comprenant un présentiel donnent lieu à un remboursement ou à un avoir intégral si elles sont reçues 15 jours avant le début de la formation, que ce début soit constitué par un accès à un module ou par une journée en présentiel. Passé ce délai, 50 % du montant de la participation, ou 100 % en cas d'annulation le jour J, sera retenu à titre d'indemnité forfaitaire. Cependant, si concomitamment à son annulation, le participant se réinscrit à une formation programmée la même année que celle initialement prévue, aucune indemnité forfaitaire ne sera retenue, à moins qu'il annule cette nouvelle participation et ce, quelle que soit la date d'annulation. Ce dédit ne peut en aucun cas être imputé sur le montant de la participation au développement de la formation professionnelle.
 - en cas d'inscription à un module complémentaire ou prérequis à un présentiel, aucun remboursement ne sera effectué après la première connexion au module.
- Les remplacements de participants sont admis à tout moment, sans frais, sur communication écrite des noms et coordonnées du remplaçant.
- Si le nombre de participants à une formation est jugé insuffisant pour des raisons pédagogiques, la société se réserve le droit d'annuler cette formation au plus tard une semaine avant la date prévue. Les frais d'inscription préalablement réglés seront alors entièrement remboursés ou, à votre convenance, un avoir sera émis.
- La société se réserve le droit de reporter la formation, de modifier le lieu de son déroulement, le contenu de son programme ou les animateurs, si des circonstances indépendantes de sa volonté l'y obligent.

5. E-LEARNING

- En cas de commande d'un produit « e-learning », les conditions spécifiques d'accès aux modules, ainsi que leurs caractéristiques sont détaillées aux « CONDITIONS PARTICULIÈRES E-LEARNING », qui font l'objet d'un document séparé, et annexé aux présentes, communiqué, dans leurs derniers versions, sur le site Internet www.CFPJ.com.
- L'adhésion aux Conditions Particulières emporte adhésion aux présentes CGV.

6. RESPONSABILITÉ - INDEMNITÉS

- L'employeur - ou selon le cas le participant - s'oblige à souscrire et maintenir en prévision et pendant la durée de la formation une assurance responsabilité civile couvrant les dommages corporels, matériels, immatériels, directs et indirects susceptibles d'être causés par ses agissements ou ceux de ses préposés au préjudice de la société. Il s'oblige également à souscrire et maintenir une assurance responsabilité civile désignant également comme assuré la société pour tous les agissements préjudiciables aux tiers qui auraient été causés par le Client et contenant une clause de renonciation à recours de telle sorte que la société ne puisse être recherchée ou inquiétée.

- La responsabilité de la société envers le client est limitée à l'indemnisation des dommages directs prouvés par le client et est en tout état de cause limitée au montant payé par le client au titre de la prestation fournie.
- En aucun cas, la responsabilité de la société ne pourrait être engagée au titre de dommages indirects tels que pertes de données, de fichiers, perte d'exploitation, préjudice commercial, manque à gagner ou atteinte à l'image et à la réputation.
- En tous les cas, la responsabilité de la société est exclue en cas de force majeure.

7. CONFIDENTIALITÉ ET PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

- Le client ne peut utiliser les propositions, travaux, études et concepts, méthodes et outils de la société que pour les fins stipulées à la commande.
- La société détient seule les droits intellectuels afférents aux formations qu'elle dispense ; de sorte que la totalité des supports pédagogiques, quelle qu'en soit la forme (papier, numérique, orale...) utilisée dans le cadre de la commande demeure sa propriété exclusive.
- Le client s'interdit d'utiliser, de reproduire, directement ou indirectement, en totalité ou en partie, d'adapter, de modifier, de traduire, de représenter, de commercialiser ou de diffuser à des membres de son personnel, non participants aux formations, la société ou à des tiers les supports de cours ou autres ressources pédagogiques mis à sa disposition sans l'autorisation expresse et écrite de la société ou de ses ayants droit.
- Les parties s'engagent à garder confidentiels les informations et documents de nature économique, technique ou commerciale concernant l'autre partie, auxquels elles pourraient avoir accès au cours de l'exécution du contrat.

8. COMMUNICATION

- Le client accepte d'être cité par la société comme client de l'offre de services dans le cadre de son activité commerciale, aux frais de la société.
- À cet effet et sous réserve du respect des dispositions de l'article 7 ci-dessus, la société peut mentionner le nom du client, ainsi qu'une description objective de la nature des prestations, dans les listes de ses références dans le but d'une communication externe comme interne.

9. INFORMATIQUE ET LIBERTÉS

- Conformément à l'article 6 de la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, telle que modifiée par la loi n° 2004-801 du 6 août 2004, la société met en œuvre un traitement de données à caractère personnel ayant pour finalité la gestion des inscriptions. Les informations qui vous sont demandées sont nécessaires au traitement de votre inscription et sont destinées aux services de la société. Vous pouvez accéder à ces informations et en demander la rectification auprès de la société, via une demande en ligne (correctionbdc@cfpj.com) ou par courrier à : CFPJ - 35 Rue du Louvre - 75002 Paris - France en indiquant vos nom, prénom et adresse.
- Nos adresses peuvent faire l'objet d'un échange, d'une location ou d'un échange avec d'autres sociétés à des fins de prospection commerciale. Vous pouvez vous opposer à la transmission de ces données, selon les modalités ci-dessus.

10. - CONTESTATION ET LITIGES

- Toute contestation qui n'aurait pas été réglée à l'amiable sera soumise à la loi française et portée devant le Tribunal de Commerce de Paris.

CFPJ - 35 rue du Louvre - 75002 PARIS

Tél. : 01 73 00 11 81

Fax : 01 44 82 20 03

E-mail : cfj@cfpj.com

Site : www.cfpj.com

**Vous acceptez les conditions particulières qui figurent sur le site www.cfpj.com*

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE PARTICULIERS

1. OBJET

- Le présent document, ci-après « Conditions Générales de Ventes » (« CGV »), s'applique à toutes les offres de formation proposées par la Société, filiale du groupe ABILWAYS et faisant l'objet d'une commande de la part du Client, à savoir les formations présentielles et les formations e-learning, correspondant à des modules de formation dans un espace électronique sécurisé, en mode e-learning (ou Formations Ouvertes et A Distance - FOAD), accessibles depuis sa plate-forme.
- L'offre de services développée est conforme à la circulaire n° 2001/22 du 20 juillet 2001 de la Délégation Générale à l'Emploi et à la Formation Professionnelle relative aux formations ouvertes et à distance « FOAD » (e-learning).
- La commande est réputée ferme et définitive lorsque le Client renvoie, par tout moyen, le bulletin d'inscription signé (fax, transmission électronique, courrier). Pour chaque action de formation, le Client reçoit la convention de formation dont un exemplaire est impérativement à retourner à la Société.
- Le fait de passer commande implique adhésion entière et sans réserve du Client aux présentes CGV et à leur annexe.
- Le Client reconnaît à cet effet que, préalablement à la signature du bon de commande, il a bénéficié des informations et conseils suffisants par la Société, lui permettant de s'assurer de l'adéquation de l'offre de services à ses besoins.
- La Société se réserve le droit de réviser les présentes conditions générales à tout moment, les nouvelles conditions s'appliquant à toute nouvelle commande, quelle que soit l'antériorité des relations entre la Société et le Client.

2. TARIF

- Le prix par Client est indiqué sur chaque fiche de formation. Les tarifs sont également consultables sur le site internet de la Société et sur le catalogue de formations de l'année en cours.
- Tous les prix sont indiqués Toutes Taxes Comprises. Toute formation ou tout cycle commencé est dû en totalité à titre d'indemnité, même si le Client ne s'est pas présenté.
- Nos tarifs sont forfaitaires. Dans le cas d'une formation présentielle, ou comportant une partie présentielle, ils comprennent la documentation pédagogique remise pendant la formation.

3. RÉGLEMENT

- Le règlement de l'intégralité du prix de la formation est à effectuer à l'inscription, ou à réception de la facture, comptant, sans escompte, par virement ou par chèque à l'ordre de la Société SAS C.F.P.J., sauf autres dispositions particulières.
** Excepté pour les collectivités territoriales qui, conformément aux règles établies par la comptabilité publique, règlent « après service fait ».*
- Tout paiement postérieur aux dates d'échéance figurant sur les factures de la Société donnera lieu à l'application de pénalités de retard égales à 3 fois le taux d'intérêt légal en vigueur et à une indemnité forfaitaire de 40 €. Elles sont exigibles sans qu'il soit besoin de mise en demeure.
- En cas de paiement effectué par un OPCA, il appartient au bénéficiaire de s'assurer de la bonne fin du paiement par l'organisme concerné. En cas de prise en charge partielle par l'OPCA, la part non prise en charge sera directement facturée au Client. Si l'accord de prise en charge de l'OPCA ne parvient pas à la Société au premier jour de la formation, la Société se réserve la possibilité de facturer la totalité des frais de formation au Client.

- La Société se réserve le droit :
 - d'exclure le Client à la formation si le Client n'a pas transmis son bon de commande à la Société avant le début de la formation ;
 - d'exclure de toute formation présentielle, et ce à tout moment, tout Client dont le comportement gênerait le bon déroulement de la formation et/ou manquerait gravement aux présentes CGV ;
 - de suspendre l'accès à un module de formation e-learning, tout Client qui aurait procédé à de fausses déclarations lors de l'inscription et ce, sans indemnité ;
 - de refuser toute inscription de la part d'un Client pour motif légitime et non discriminatoire, et notamment de refuser toute commande d'un Client avec lequel il existerait un litige relatif au paiement d'une commande antérieure.

4. ANNULATIONS / REMPLACEMENTS / REPORTS

- Formulées par écrit :
 - Dans le délai de dix jours à compter de la signature du bulletin d'inscription, le Client peut se rétracter par lettre recommandée avec avis de réception. Passé ce délai, le Client devra payer à la Société 30 % du prix convenu.
 - Pour les formations présentielles, les remplacements de Clients sont admis à tout moment, sans frais, sur communication écrite des noms et coordonnées des remplaçants.
 - Pour les formations de e-learning, des remplacements de Clients sont admis à condition d'en informer la Société sept jours à l'avance, sans frais, sur communication écrite des noms et coordonnées des remplaçants.
 - Si le nombre de Clients à une formation est jugé insuffisant pour des raisons pédagogiques, la Société se réserve le droit d'annuler cette formation au plus tard une semaine avant la date prévue. Les frais d'inscription préalablement réglés seront alors entièrement remboursés ou, à votre convenance, un avoir sera émis.
 - La Société se réserve le droit de reporter la formation, de modifier le lieu de son déroulement, le contenu de son programme ou les animateurs, tout en respectant la même qualité pédagogique du stage initial si des circonstances indépendantes de sa volonté l'y obligent.

5. E-LEARNING

- En cas de commande d'un produit « e-learning », les conditions spécifiques d'accès aux modules, ainsi que leurs caractéristiques sont détaillées aux « CONDITIONS PARTICULIÈRES E-LEARNING », qui font l'objet d'un document séparé, et annexé aux présentes, communiqué, dans leurs dernières versions, sur le site Internet de la Société.
- L'adhésion aux Conditions Particulières emporte adhésion aux présentes CGV.

6. RESPONSABILITÉ - INDEMNITÉS

- Le Client s'oblige à souscrire et maintenir en prévision et pendant la durée de la formation une assurance responsabilité civile couvrant les dommages corporels, matériels, immatériels, directs et indirects susceptibles d'être causés par ses agissements au préjudice de la Société. Il s'oblige également à souscrire et maintenir une assurance responsabilité civile désignant également comme assuré la Société pour tous les agissements préjudiciables aux tiers qui auraient été causés par le Client et contenant une clause de renonciation à recours de telle sorte que la Société ne puisse être recherchée ou inquiétée.

- En cas de responsabilité engagée de la Société envers le client, la Société devra rembourser au Client le montant payé par le Client au titre de la prestation fournie.
- En aucun cas, la responsabilité de la Société ne pourrait être engagée au titre de dommages indirects tels que pertes de données, de fichiers, perte d'exploitation, préjudice commercial, manque à gagner ou atteinte à l'image et à la réputation.
- Dans tous les cas, la responsabilité de la Société est exclue en cas de force majeure.

7. CONFIDENTIALITÉ ET PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

- Le Client ne peut utiliser les propositions, travaux, études et concepts, méthodes et outils de la Société que pour les fins stipulées à la commande.
- La Société détient seule les droits intellectuels afférents aux formations qu'elle dispense ; de sorte que la totalité des supports pédagogiques, quelle qu'en soit la forme (papier, numérique, orale...) utilisés dans le cadre de la commande, demeure sa propriété exclusive.
- Le Client s'interdit d'utiliser, reproduire, directement ou indirectement, en totalité ou en partie, d'adapter, de modifier, de traduire, de représenter, de commercialiser ou de diffuser à des membres de son personnel non Clients aux formations de la Société ou à des tiers les supports de cours ou autres ressources pédagogiques mis à sa disposition sans l'autorisation expresse et écrite de la Société ou de ses ayants droit.
- Les parties s'engagent à garder confidentiels les informations et documents de nature économique, technique ou commerciale concernant l'autre partie, auxquels elles pourraient avoir accès au cours de l'exécution du contrat.

8. - INFORMATIQUE ET LIBERTÉS

- Conformément à l'article 6 de la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, telle que modifiée par la loi n° 2004-801 du 6 août 2004, la Société met en œuvre un traitement de données à caractère personnel ayant pour finalité la gestion des inscriptions. Les informations qui vous sont demandées sont nécessaires au traitement de votre inscription et sont destinées aux services de la Société. Vous pouvez accéder à ces informations et en demander la rectification auprès de la Société, via une demande en ligne (correctionbdc@cfpj.com) ou par courrier à : CFPJ - 35 Rue du Louvre - 75002 Paris - France en indiquant vos nom, prénom et adresse.
- Nos adresses peuvent faire l'objet d'un échange, d'une location ou d'une location à d'autres Sociétés à des fins de prospection commerciale. Vous pouvez vous opposer à la transmission de ces données, selon les modalités ci-dessus.

CFPJ - 35 rue du Louvre - 75002 PARIS

Tél. : 01 73 00 11 81

Fax : 01 44 82 20 03

E-mail : cfj@cfpj.com

Site : www.cfpj.com

**Vous acceptez les conditions particulières qui figurent sur le site www.cfpj.com*

LES MARQUES EXPERTES D'ABILWAYS



Ne suivez pas une formation, **vivez** une expérience professionnelle

CFPJ

Expert Médias

35, RUE DU LOUVRE 75002 PARIS

TEL. : 01 73 00 11 81 - FAX : 01 44 82 20 03

www.cfpj.com

CFPJ EST UNE MARQUE DU GROUPE

ABILWAYS 



CFPJ
SUR VOTRE MOBILE