

Organigramme d'entreprise médiatique

profil :chef d'entreprise médiatique



Réalisé par : miloud hajib

Encadré par : Dr. Omar Abdouh et Dr Mokhtar el Maouhal

Entreprise

Définition

- Les entreprises... comprennent les agents économiques dont la fonction principale est de produire des biens ou des services destinés à la vente ». P. Brunhes (INSEE).
- L'entreprise se crée pour rendre un service à la société en faisant vivre son personnel.
- Le service à rendre doit correspondre à un besoin de la société
- L'entreprise est appelée à satisfaire deux sortes de besoins :internes ceux de son personnel - externes ceux de la société et plus particulièrement de ses clients

Mission

- fabriquer des produits, créer des ouvrages, offrir des services les vendre
- prospérer (au minimum survivre) en conciliant au mieux les aspirations des hommes et les contraintes techniques et économiques, c'est-à-dire en créant de bonnes conditions de travail

Buts

- Ils sont exprimés et précisés par les directives de la Direction générale.
- Ils traduisent les diverses politiques de l'Entreprise - politique d'investissements - politique de production – politique commerciale, etc.

Cela suppose:

- ✓ des fonctions qui doivent pouvoir s'exercer pour que la vie de l'entreprise soit aussi harmonieuse que possible.
- ✓ une structure adaptée aux problèmes posés par son fonctionnement

FONCTIONS

- Chaque fonction intéresse un même ensemble de préoccupations dans le fonctionnement de l'Entreprise :
 - ✓ **Les fonctions de base** :
 - fonction de conception
 - fonction de production
 - fonction commerciale.
 - ✓ **Les fonctions auxiliaires** :
 - fonction comptable
 - fonction gestion du personnel

- fonction gestion des achats
- fonction entretien, etc.

L'ensemble est animé par *la fonction direction*

Certaines fonctions ont un retentissement sur toutes les autres (Ex. les 3 fonctions de base précitées), d'autres ont un horizon plus limité, mais toutes doivent pouvoir être exercées, soit par une personne, soit par un service plus ou moins étoffé (service fonctionnel)

Fayol (1841-1925) définit 6 fonctions pour le fonctionnement d'une Entreprise :

Fonction administrative :

- Administrer c'est : prévoir, organiser, commander, coordonner, contrôler.
- ne pas la confondre avec le gouvernement de l'Entreprise
- elle n'est pas une charge personnelle des dirigeants; elle se *répartit*, comme les autres fonctions, entre les divers niveaux du corps social.
- Ses structures reflètent le degré de centralisation ou de décentralisation de l'Entreprise.

Fonction financière:

- Il faut des capitaux gérés avec compétence pour faire vivre une entreprise
- L'autofinancement consiste à
- financer l'entreprise par prélèvement sur ses propres bénéfices pour permettre son développement.

Fonction comptable

Elle permet de voir à tout instant comment sont utilisés les capitaux

- ✓ **la comptabilité générale** : qui saisit les mouvements entre l'Entreprise et les *tiers*:
 - actionnaires, associés, prêteurs
 - fournisseurs de moyens et de matières
 - salariés, fournisseurs de services
 - clients.
- ✓ **comptabilité analytique d'exploitation** : qui ne traite que des mouvements internes et les éclaire ; elle s'intéresse donc aux coûts, aux prix de revient

Fonction commerciale:

- Elle est l'élément moteur de l'activité de l'entreprise, à la base de toutes les prévisions.

- Beaucoup trop d'entreprises savent très bien concevoir et produire, mais ne savent pas
- encore vendre leurs produits de qualité.
- De même, savoir acheter est essentiel pour le bon fonctionnement de l'Entreprise. La
- fonction « Achats » apparaît donc comme une composante de la fonction commerciale

Fonction technique

- son bon exercice est essentiel à la bonne marche de l'entreprise
- elle est cependant très dépendante des autres fonctions
 - les composantes de la fonction technique :
 - Recherches
 - Etudes
 - Méthodes
 - Ordonnancement, lancement Exécution (ou fabrication)
 - Outillage
 - Magasinage de matières premières et de produits semi-ouvrés
 - Contrôle

Fonction de « Sécurité et Sociale »

- protéger le personnel de l'Entreprise et d'assurer toutes les tâches qui le concernent (recrutement - accueil - formation - perfectionnement - promotions - paye,
- maintenir l'intégrité des moyens de l'Entreprise
- Deux fonctions bien connues apparaissent immédiatement comme des composantes
 - la fonction « Personnel »
 - la fonction « Entretien »

Organigramme /structure d'une entreprise

Qu'est-ce qu'un organigramme ?

- L'organigramme est un schéma qui représente la structure de l'entreprise, c'est-à-dire son type d'organisation. Il permet de visualiser la répartition des tâches, les différents postes, le niveau hiérarchique et les responsabilités correspondantes
- La structure d'une organisation peut être définie simplement comme la somme totale des moyens employés pour diviser le travail entre tâches distinctes et pour ensuite assurer la coordination entre ces tâches

Qui l'élabore ?

Dans les grandes organisations (Conseil Général, Centres hospitaliers...), les organigrammes sont élaborés par la DRH (Direction des Ressources Humaines) en collaboration avec le service Communication si celui-ci existe. Dans les établissements de plus petite taille, le Directeur peut s'en charger.

Quelle est l'utilité d'un organigramme ?

Pour le personnel :

Il permet de se situer, de savoir "qui fait quoi", "qui dépend de qui", et ainsi d'améliorer l'efficacité du travail

Pour la Direction de l'établissement :

il peut être un moyen d'analyse car il peut faire apparaître des dysfonctionnements et inciter à une meilleure organisation

Pour les usagers ou les partenaires :

Il permet de connaître les différents services et personnes de l'établissement, de les situer les uns par rapport aux autres et ainsi de s'adresser au service le plus approprié. C'est un moyen de communication externe

Que montre-t-il ?

- relations hiérarchiques (relations d'autorité) qui permettent la transmission des ordres, en traits pleins ; par exemple entre un éducateur-chef et un éducateur
- relations fonctionnelles (liées aux activités exercées) qui permettent la transmission des informations, le travail en groupe..., en pointillés ;

quels sont Les éléments clés d'une structure ?

- **La spécialisation du travail** : Chaque individu effectue chaque étape d'une activité et non pas la tâche entière.
- **La chaîne hiérarchique** : Ligne d'autorité continue qui court des échelons les plus élevés aux échelons les plus inférieurs, et qui clarifie les rapports de responsabilité des uns envers les autres
- **Eventail du contrôle** :
 - ✓ Nombre d'employés qu'un manager peut diriger de manière efficace sous sa responsabilité directe
 - ✓ Plus les tâches sont simples et répétitifs, plus l'éventail de contrôle est élevé
 - ✓ Plus les problèmes à résoudre sont complexes, plus l'éventail de contrôle est faible
- **Autorité, pouvoir et responsabilité**

- ✓ **Autorité**

Droit inhérent à une position hiérarchique de donner des ordres et de les voir exécuter.

Autorité hiérarchique : Autorité (donnée et définie par l'organisation)

permettant à un supérieur de diriger le travail d'un employé.

Autorité fonctionnelle : Autorité revenant à certains postes et devant permettre de décharger, d'assister et de conseiller les détenteurs d'autorité hiérarchique.

- ✓ **Pouvoir**

Capacité d'un acteur à influencer des décisions ou à amener d'autres acteurs à agir dans une direction donnée.

Pouvoir de coercition	Fondé sur la peur
Pouvoir de récompense	Fondé sur la capacité à apporter ce que d'autres attendent
Pouvoir de légitimité	Fondé sur la position d'un individu dans la hiérarchie
Pouvoir d'expertise	Fondé sur l'expertise, un talent particulier ou le savoir d'un individu
Pouvoir de référence	Fondé sur l'identification à une personne qui possède les ressources ou les caractéristiques personnelles nécessaires

✓ **Responsabilité**

Obligation de réaliser des tâches assignées

▪ **Centralisation, Décentralisation**

- La centralisation: consiste à remonter l'autorité de prendre les décisions au niveau supérieur de l'organisation
- La décentralisation: consiste à déléguer la prise des décisions vers les niveaux inférieurs de l'organisation

▪ **Départementalisation**

Fonction	Regroupe des employés selon le travail qu'ils effectuent (par exemple, ingénierie, comptabilité, systèmes d'information, ressources humaines, etc.)
Produit	Regroupe des employés selon les principales gammes de produits (par exemple, chaussures pour femmes, chaussures pour hommes, habillement et accessoires, etc.)
Client	Regroupe des employés selon les problèmes et les besoins des clients (vente en gros, au détail, vente au gouvernement, etc.)
Emplacement	Regroupe des employés en fonction de la zone géographique desservie
Processus	Regroupe des employés en fonction du flux de travail ou de clientèle (par exemple, tests, paiement, etc.)

Typologie des structures

1. Structure simple

Organisation dont le niveau de spécialisation et de formalisation est faible et celui de centralisation élevé

Ses avantages:

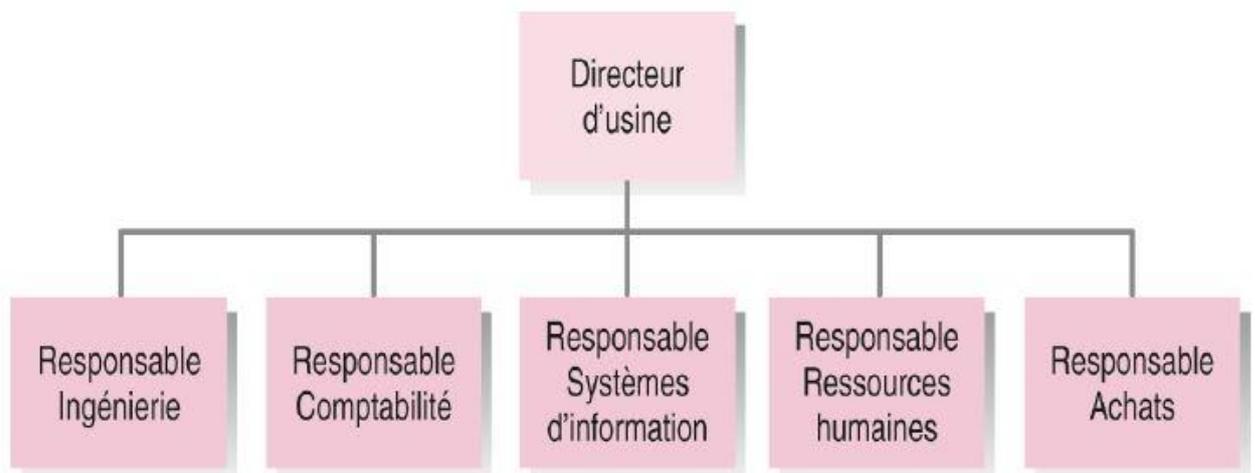
- La rapidité
- La flexibilité
- Fonctionnement à moindre coût
- Responsabilités bien définies

Ses inconvénients:

- Durée de prise de décision lente
- Prise de risque dépend d'une seule personne .

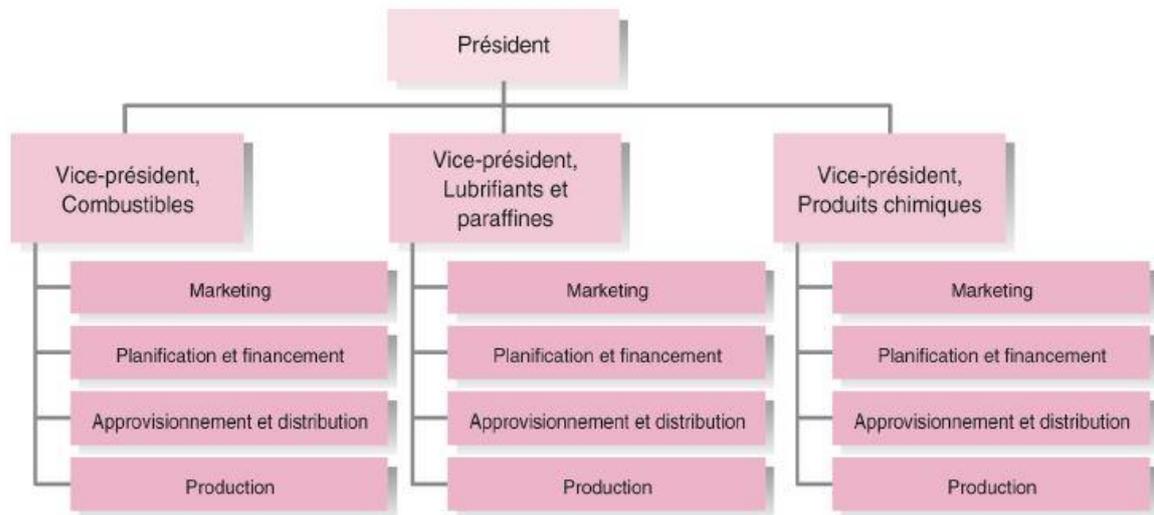
2 . Structure fonctionnelle

Organisation dans laquelle sont regroupées des activités similaires et liées entre elles .



3. Structure divisionnaire

Organisation composée d'unités autonomes



4. Structure matricielle

Organisation combinant des éléments des structures fonctionnelle et divisionnaire, dans laquelle des spécialistes issus de départements fonctionnels sont affectés à un ou plusieurs projets ou types d'unités sous la coupe d'un ou plusieurs chefs de projet ou responsables d'unité.

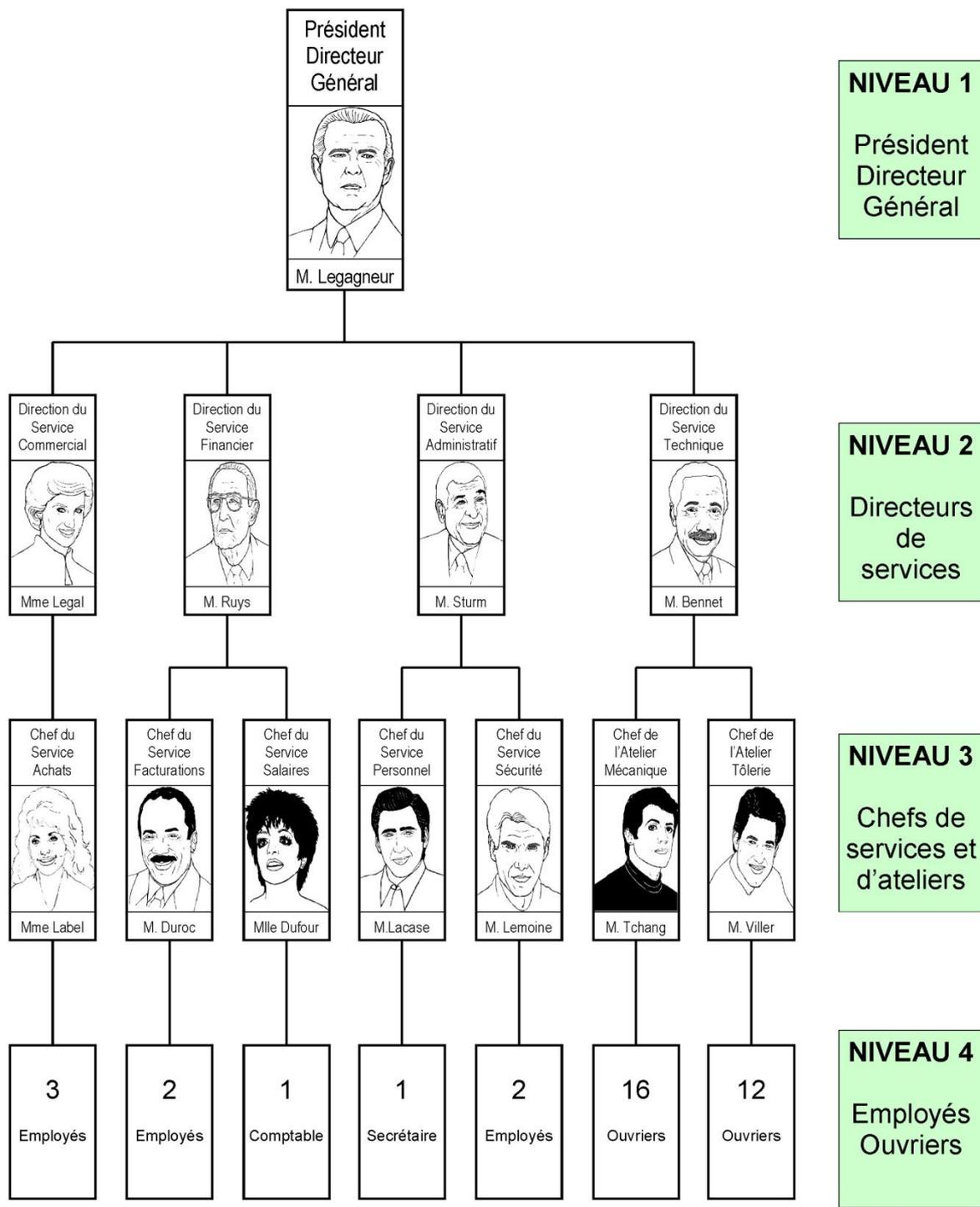
5. Structure en équipes

Organisation entièrement composée de groupes ou d'équipes de travail.

6. Organisation virtuelle

Organisation non délimitée par des frontières ou des catégories, comme les approches traditionnelles l'exigent.

1 Exemple d'organigramme d'une entreprise : le Grand Garage Legagneur



NOM : Classe :
Prénom :

L'organigramme d'une entreprise 1/5

TECHNOLOGIE
M^r BRUSCHI - COLLEGE ANNE FRANK

DECOUVERTE PROFESSIONNELLE
L'entreprise

N°

organigramme d'entreprises médiatiques

Cas :Groupe France télévision et groupe SNRT

1- Groupe France télévision

France Télévisions est une société nationale de programme qui gère les activités de la télévision publique en France, de la production à la diffusion. Créée le 7 septembre 1992 comme un simple groupement des deux chaînes publiques, elle est remplacée par une holding le 1^{er} août 2000 avant de devenir une entreprise commune le 4 janvier 2010.

Premier groupe audiovisuel en France en termes d'audiences, la société regroupe les chaînes France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô et le Réseau Outre-Mer 1re, et détient des participations dans plusieurs chaînes thématiques et internationales. Elle est également présente à la radio en outre-mer et possède plusieurs sites web

Avec 5 chaînes de télévision nationales, 24 antennes régionales, 9 antennes ultramarines et une offre complète de services numériques, France Télévisions est le premier groupe audiovisuel français de service public.



✓ Comité exécutif

Le comité exécutif de France Télévisions est composé de 13 membres :

Le comité exécutif



Delphine Ernotte Cunci Présidente-directrice générale de France Télévisions	
Caroline Got Directrice générale déléguée à la stratégie et aux programmes	 
Fabrice Lacroix Directeur général délégué à la gestion et aux moyens	
Arnaud Lesaunier Directeur général délégué aux ressources humaines et à l'organisation	 
Laëtitia Recayte Directrice du développement commercial	
Christian Vion Secrétaire général de France Télévisions	 
Nilou Soyeux Directrice de la communication (communication externe, communication interne et RSE)	
Pascal Golomer Directeur exécutif en charge de l'information	 
Vincent Meslet Directeur exécutif de France 2	
Dana Hastier Directrice exécutive de France 3	 
Michel Kops Directeur exécutif en charge de l'outre-mer (réseau outre-mer 1 ^{re} et France Ô)	
Tiphaine De Ragueneil Directrice exécutive de France 4	 
Michel Field Directeur exécutif de France 5	

« LES ÉCHOS » / SOURCE : SOCIÉTÉ / PHOTOS : TRISTAN PAVIOT, DR

✓ Le Conseil d'administration

Le Conseil d'administration de la société France Télévisions comprend, outre la présidente, 14 membres, dont le mandat est de cinq ans

deux parlementaires désignés respectivement par les commissions chargées des affaires culturelles de l'Assemblée nationale et du Sénat ;

cinq représentants de l'Etat ;

cinq personnalités indépendantes nommées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel à raison de leur compétence, dont une représente les associations de défense des consommateurs agréées au niveau national conformément à l'article L. 411-1 du code de la consommation ;

deux représentants du personnel élus conformément au titre II de la loi n° 83-675 du 26 juillet 1983 relative à la démocratisation du secteur public

✓ Comités spécialisés

Le Conseil d'administration de France Télévisions dispose d'un règlement intérieur qui encadre le fonctionnement et les pouvoirs de cette instance et instaure trois comités spécialisés ainsi qu'un sous-comité des engagements

- 1- **Le comité d'audit et des comptes** assure le suivi des questions relatives à l'élaboration et au contrôle des informations comptables et financières. À ce titre, il examine en particulier les comptes annuels et semestriels, et rend un avis sur le projet de budget. Il examine également le programme de travail, les conclusions et les recommandations des commissaires aux comptes, et apprécie le respect du principe de séparation des activités de conseil et de commissariat aux comptes. Le comité d'audit est en outre chargé d'examiner le programme annuel d'audit interne et les suites données aux recommandations des organes de contrôle interne, et d'apprécier la qualité et le rapport coût/efficacité des services d'audit interne
- 2- **Le comité stratégique** formule des avis à l'attention au Conseil d'administration sur la définition et la mise en œuvre des orientations du groupe et évalue la position stratégique de France Télévisions compte tenu de l'évolution de son environnement concurrentiel, technologique et réglementaire, ainsi que de ses marchés et de ses axes de développement à moyen terme.
- 3- **Le comité des rémunérations** propose au Conseil d'administration la rémunération à allouer aux administrateurs et mandataires sociaux et est informé des grandes orientations relatives à la politique de rémunération des cadres dirigeants
- 4- **Le sous-comité des engagements** est chargé d'émettre un avis consultatif sur les acquisitions de programmes, avant la signature des contrats, dès lors que leur montant dépasse certains seuils fixés en fonction de la nature des programmes

(15 millions d'euros pour le sport, 10 millions d'euros pour les programmes de stock et de flux).

2. Groupe SNRT

La SNRT possède neuf chaînes de télévision :

- Al Aoula : 1re chaîne de télévision marocaine, chaîne généraliste,
 - Al Aoula HD : La Premier chaîne haute définition au Maroc
 - Al Aoula Laayoune : chaîne régionale destinée au Sahara marocain.
 - Arryadia : consacrée au sport, lancée en 2006,
 - Athaqafia [archive] : chaîne dédiée à la culture et au soutien scolaire,
 - Al Maghribia : généraliste et destinée à l'extérieur du Maroc, elle fut lancée le 18 novembre 2004,
 - Assadissa : chaîne à vocation religieuse,
 - Aflam TV : chaîne dédiée en premier lieu au cinéma,
 - Tamazight : chaîne dédiée à la promotion de la culture amazighe,
- Une nouvelle chaîne est annoncée dans le nouveau cahier de charge nommée "la femme et l'enfant".

La SNRT dispose de plusieurs stations de radio :

- Chaîne Nationale : elle propose une programmation généraliste et diversifiée tendant à satisfaire les besoins d'information, de culture, d'éducation et de divertissement du public le plus large. La Radio Nationale Marocaine propose, également, une programmation de proximité en effectuant quotidiennement des décrochages régionaux pour chacune de ses stations régionales qui diffusent une programmation tendant à satisfaire les besoins d'information et de divertissement d'un large public local ou régional.
- Chaîne Inter : Elle émet depuis le 23 mars 2009 24h sur 24. Elle se nommait auparavant Rabat Chaîne Inter. Elle se veut une radio urbaine généraliste d'ouverture du Maroc à l'international et donnait voix à un Maroc moderne. L'actualité a une bonne place mais également la culture et la musique.
- Radio Amazigh : station consacrée à la culture amazighe.
- Chaîne du Saint Coran Assadissa : station religieuse consacrée à l'Islam.
- Radio FM Casablanca: station régionale,

Autres stations régionales : Agadir, Al Hoceima, Casablanca, Dakhla, Fès, Laâyoune, Marrakech, Meknès, Ouarzazate, Oujda, Rabat, Tanger et Tétouan

✓ La structure de la SNRT

La RTM est administrée par un directeur général. Elle comprend :

- La Direction de la radio.
- La Direction de la télévision.
- La Direction de la télédiffusion.

- La Direction des ressources humaines et des affaires générales.
- La Division de la coopération et des relations extérieures.
- Les Services extérieurs constitués de stations régionales.

La réforme concernera également l'aspect ressources humaines, une restructuration qui s'appuie sur :

- Requalification de formation et de formation continue.
 - Nouveau régime indemnitaire et grille des salaires motivantes.
Plan de redéploiement et mesures d'accompagnements sans oublier la mise à niveau technique pour réussir le nouveau projet
- ✓ la Régie publicitaire
 - ✓ la direction Activités royales
 - ✓ la direction de l'Audit et du Contrôle de gestion
 - ✓ La direction de la Communication
 - ✓ La direction centrale technique : est dédiée à l'ensemble de la logistique, les équipements, l'exploitation des moyens fixes et mobiles ainsi que la coordination technique
 - ✓ la direction centrale de l'Information : Elle sera désormais composée de deux directions: la coordination des rédactions et la production de l'information
 - ✓ la direction des Ressources humaines : chargée de la gestion du personnel et de la paix ainsi qu'un département des ressources
 - ✓ service dédié à la gestion des emplois et des compétences
 - ✓ un département des Relations sociales : Lequel devra gérer les relations avec les instances représentatives du personnel de même que les affaires sociales du personnel
 - ✓ direction centrale Marketing et Communication

profil :chef d'entreprise médiatique

Définition du profil :

Diriger et coordonner l'ensemble des activités d'une entreprise médiatique qui diffuse ces produits sur internet (plateforme numérique) et qui regroupe quatre sites différents et diversifiés :

- site avec un contenu général
- site consacré aux informations sportives
- site d'annonces publicitaires
- site pour les femmes (beauté, gastronomie, mode...)

Description

- Le chef d'entreprise dirige une entreprise de A à Z
- Il est le représentant moral et juridique de la structure qu'il gère
- Il définit les stratégies globales du fonctionnement de l'entreprise à court et à moyen termes
- Il a pour mission de gérer l'activité commerciale, technique, technologique, administrative et financière
- Il est le chef d'orchestre de toute l'organisation de la structure
- Des compétences managériales sont indispensables au métier de chef d'entreprise
- ainsi qu'une excellente capacité d'adaptation pour savoir faire face à des situations et des publics variés
- Le chef d'entreprise possède le sens de la communication
- Le métier de chef d'entreprise demande des connaissances techniques dans le domaine d'activité
- Définir et faire appliquer les objectifs, les stratégies et les moyens à mettre en oeuvre à moyen et long terme de l'entreprise
- tenir compte des contraintes et des opportunités externes / internes
- Concevoir et orienter l'action des différentes fonctions / directions spécialisées
- Développer l'image de l'entreprise au regard de son environnement professionnel et géographique

Exemple d'une entreprise médiatique (plateforme médiatique)

Une plateforme médiatique (site web) peut se composer de :

Header

Un header désigne le haut d'une page sur un site web. C'est ce qui va permettre de capter l'attention des visiteurs et leur donner envie de rester sur le site puis de visiter les autres pages de ce même site. Force est de constater que le header est un des éléments essentiels d'un site web, il doit donc bénéficier d'une attention particulière lors de la création d'un site web

De quoi se compose un header?

Le header est en quelques sorte, l'identité de votre site internet car il réunit l'ensemble des informations qui peuvent se trouver sur votre site web. L'entête du site web ne peut être négligé de peur de voir fuir le visiteur. Il s'agit de l'élément qui va permettre de diriger vos visiteurs sur votre site web. Comme pour le footer, il n'y a pas d'éléments obligatoires à mettre dans le header cependant il est nécessaire de pouvoir retrouver certains éléments:

- Un logo
- Un fond avec votre identité visuelle
- Un menu
- Des catégories au sein du menu



slider

est un élément graphique d'un site internet permettant le défilement de plusieurs images. Le slider est aussi appelé carrousel.

Un slider comporte généralement, des boutons « précédent » et « suivant », une légende, une pagination



Les rubriques :organiser les contenus par catégories

La meilleure organisation des contenus web consiste à regrouper les informations et à les agencer afin de faciliter la navigation, toujours d'un point de vue utilisateur. Cela consiste à ranger les éléments dans des catégories : ranger ensemble ce qui se ressemble, séparer ce qui est différent. Cette organisation est faite pour simplifier les choses.

انشطة الوالى



والى جهة سوس ماسة
تترأس حفلا دينيا احياء
لذكرى وفاة الحسن
الثاني

انطلاق نزالات
الاقصائيات المؤهلة
للألعاب الأولمبية في
رياضة التكوندو باكادير

الجمركيون بجهة سوس
ماسة يخلدون يومهم
العالمي

توفمبر 09, 2016

انشطة الماستر



الاحتفاء برئيس جامعة
ابن زهر، وعميد كلية
الاداب والعلوم
الإنسانية.

المرصد الجامعي لمهن
وممارسات
الاعلام،الشريك
الاكاديمي للمهرجان

ورشة حول السياسة
الاعلامية من تاطير
المرصد الجامعي

توفمبر 10, 2016

MPM TV



لقاء تواملي لنحالة جهة
سوس ماسة

interviews

ايت ايشو:امتحانات الدورة الخريفية تمر
في أجواء جد عادية

توفمبر 09, 2016

زهرة صدقي رئيسة جمعية تافيوشت
بجماعة امستي سيدي افني

توفمبر 08, 2016

infographie



master class

Dossiers

Médias et territoire

ديسمبر 12, 2016

Documentation et analyse de
l'information

ديسمبر 12, 2016

Le contenu

Les articles :

avant de rédiger les articles,il faut prendre en considérations les points suivants :

Connaître sa cible et ses objectifs : répondre à la demande de la cible tout en tenant compte des objectifs de l'entreprise.

- Quelles sont les caractéristiques de la cible : sexe, âge, profession, habitudes web, niveau d'éducation, comportement de recherche, comportement d'achat et de recherche, mots clés, langage, etc. ? Quels sont les besoins et les attentes de la cible ?
- Quels sont les objectifs de l'entreprise et comment va-t-elle les réaliser ? Quel message l'entreprise souhaite-t-elle faire passer ? Quelles sont les valeurs à mettre en avant ?

Définir l'angle d'attaque : Définir un angle se résume à trois choix :

- Choisir un point de vue original
- Choisir le traitement le plus efficace
- Choisir le plus « faisable » en fonction des sources, du temps, des moyens

Choisir le genre : Sous quel format allez-vous traiter le sujet ?

- Reportage : témoignages, descriptions, combinaison d'observations et citations
- Actualités : contenu factuel, professionnel, exhaustif, impartial
- Analyse : arguments, développement, conclusion



اجرى موقع المحزر التربوي حوارا مطولا مع الأستاذ عمر حلي رئيس جامعة ابن زهر باكاثير، محاولة لتشخيص واقع التعليم العالي بالمنطقة، والتعرف على أهم الإجراءات والتدابير المتخذة من طرف رئاسة الجامعة لتطوير خدمات التعليم العالي وتجاوز مختلف الاكراهات والصعوبات. وفيما يلي النص الكامل للحوار:

س 1: للتخفيف من حدة الضغط الكبير التي تعرفه جامعة ابن زهر لارتفاع عدد طلابها، قمتم بمجموعة من المجهودات من بينها خلق ملحقة بحوار كلية العلوم الاقتصادية والاجتماعية، هل فعلا خففت من هذا الضغط؟

تطرق الى مجموعة من المحاور التي تهم عناصر السياسة الإعلامية وآليات تمييزها عن التخطيط الإعلامي، بحيث عالجت أوجه التناقض والتناغم، وفي نفس الوقت درجات الاختلاف، بحيث تركز السياسة الإعلامية على مجموعة من المبادئ والاسس والقواعد التي هي ركائز رئيسية للوصول الى جزء من شموليتها المرتبطة بالتخطيط الإعلامي، وكلاهما يستندان الى عناصر التقييم والتنفيذ والبرمجة والتنسيق، اي مختلف النظم التي من خلالها يمكن ان تتجاوز المتالب والنواقص التي تعري الاعلام. بحيث تعمل على استدراك كل تلك الجزئيات بوضع مخططات وسياسات وفق اهداف ممنهجة وبرمجة وتتبعها في الان نفسه، فاذا أردنا ان ننشئ مؤسسات إعلامية، علينا ان نطرح في الحسبان مختلف النصوص المؤطرة لذلك، الى جانب طبيعة وحجم تكوين الأطر البشرية، ثم آليات التنفيذ عبر تحديد نوعية تخصصات هذه المقاول، وكذا ما مدى مواكبتها للتجولات الجديدة في ما يخص الاعلام، لكن الركيزة الأساسية لاي سياسة او استراتيجية إعلامية عليها ان تراعى جانبين رئيسيين: التمويل والتنظيم، لبلوغ أهدافها عبر تتبعها وفق مقاربة تأخذ في الحسبان البرامج والاهداف، وتغطي للموضوعات الخبز الأكبر في مواكبتها للتجولات الجديدة في ما يخص حقل الاعلام، فالسياسة الإعلامية تنقل عنصرا مهما في وضع الاستراتيجيات القائمة على الأهداف وتلبي الانتظارات بالنسبة للمستخدمين والمتلقين لتلك الرسائل الإعلامية، بشكل يجعل هاته المقاربة تتجاوز مختلف النواقص التي تعري أي مشروع اعلامي، مما يدعم خيارات جديدة ويقدم مواضيع هادفة. ولنحظ هذا النوع بشكل جلي على مستوى القضايا الرئيسية التي تهم أي بلد في الدفاع عن مصالحه والدود عن قضاياه، كما هو الحال بالنسبة للعقرب، في قضية الصحراء والذي يفرض التعاطي مع المسألة وفق سياسات واستراتيجيات جديدة، تأخذ بعين الاعتبار: التنفيذ والتقييم وفق برامج ومخططات قليلة، في مجال الاعلام، كأحد اهم المراكز لتقديم تصورات مخالفة لنمط الصورة السائدة ونوع الخطاب القائم، فالسياسة نابعة من تراكمات تنظيمية وموضوعية وجوهرة وهيكلية في مجال حقل الاعلام



الحاج علي فيوح، أحد الوجوه البارزة، والمؤثرة في الدفع بعجلة التنمية. بجهة سوس ماسة، خصوصا في ما يتعلق بتدبير الشأن الفلاحي بجهة سوس ماسة، باعتباره رئيسا للفرقة الفلاحية، وبالنظر الى التجربة التي راكمتها في هذا المجال، اختياره ضيفا للعدد الأول من هذه الصلحة، لم يكن اعتباطيا، بل ايمانا بضرورة مساهلة نظرة الرجل الناقية لخبايا قطاع الفلاحة. سؤال الظرفية الراهنة المتميزة بالتحاف، وتأثيره على الإنتاج لهذا الموسم، وكذا استراتيجية الوزارة لمساعدة الفلاحين، أسئلة التي جانب أخرى نقلناها الى الحاج علي فيوح في هذا الحوار.

Les vidéos : transmettre le message avec clarté et dynamisme

En combinant image et son, la vidéo permet de s'adresser de manière directe et efficace ,elle rend le site plus dynamique et attractif.



La publicité : Rentabiliser son site internet avec de la publicité

La publicité en ligne est un moyen permettant aux webmasters de rentabiliser financièrement leur site internet et de leur permettre de couvrir les coûts d'hébergement et de noms de domaine. Il s'agit également d'un moyen privilégié d'assurer la promotion des services ou produits que propose votre site web. Elle s'adresse en effet aux internautes, c'est-à-dire un public idéal pour une telle campagne de promotion.

La publicité en ligne se fait généralement sous forme de campagne publicitaire, grâce à la diffusion de bandeaux publicitaires (appelés aussi bannières publicitaires), sous forme graphique, ou de liens sponsorisés, sous forme textuelle.

وفي تدخل له، فقد أكد الأستاذ عمر عبده منسق الماستر، على إصرار الفريق البيداغوجي على إرساء سبل التعاون مع مختلف مكونات الشركة الوطنية للإذاعة والتلفزة المغربية، التي توفر فرصا للطلبة من أجل صقل تجاربهم الميدانية، والتي تدخل في صميم مسار التكوين بالماستر الذي يعد ماسترا متخصصا



JUMIA  **PAYEZ CASH À LA LIVRAISON**

-15%

09:41

iPad Air 2 - Wi-Fi - 16 Go
- Or

Apple iPad Air 2 : Demain est (déjà) entre vos mains ! LiPad Air 2 cest la magie diOS 8 c...

4,990 Dhs

Cliquer

Bibliographie

- **STRUCTURES ET ORGANISATION DE L'ENTREPRISE : 23 mars 2006 Eric GODELIER HSS2**
- **LA STRUCTURATION DES GROUPES MEDIATIQUES DANS LE CADRE ECONOMIQUE IMPOSE PAR LES TIC : ARNAUD ANCIAUX1**
- **Les organigrammes : Nathalie Gicquiaud**
- **Entreprise : Organisation et Fonctionnement : Patrick Monassier**
- **DOCUMENT DE RÉFÉRENCE ET RAPPORT FINANCIER ANNUEL (2015)**
- <http://www.liliandauzat.com/gestion-entreprise/organigramme-entreprise/>