RIASEC : Ec

E1412
DIRECTEUR / DIRECTRICE MÉDIA

Emploi cadre

Transition numérique

Autres emplois décrits

- Chef / Cheffe d'achat d'espaces publicitaires
- Chef / Cheffe de groupe média planning
- Chef / Cheffe de service achat d'espaces publicitaires
- Directeur / Directrice d'achat média
- Responsable média

Définition

Le Directeur média construit la stratégie de communication globale d'une entreprise à travers les différents canaux médiatiques.

- Définit et met en œuvre la stratégie média en accord avec la politique générale de l'entreprise
- Négocie et achète des espaces publicitaires sur divers médias
- Optimise les campagnes publicitaires pour garantir le meilleur retour sur investissement
- Collabore étroitement avec les équipes marketing et communication pour aligner les objectifs
- Analyse les performances des campagnes et ajuste les stratégies en conséquence
- Supervise et forme une équipe de professionnels des médias

Accès à l'emploi

Ce métier est accessible avec un diplôme de niveau Bac + 3 à Bac + 5 en communication, marketing ou publicité.
Une expérience préalable dans la gestion des médias ou la publicité est souvent requise.
Les compétences en planification média et en achat d'espaces publicitaires sont essentielles.

Certifications et diplômes :

- Licence pro mention e-commerce et marketing numérique
- Licence pro mention communication et valorisation de la création artistique
- Licence mention information-communication
- Licence pro mention management des activités commerciales
- Licence pro mention métiers de la communication : chargé de communication
- Licence pro mention métiers de la communication : événementiel
- Licence pro mention métiers de la communication : publicité
- Licence pro mention métiers du marketing opérationnel
- Licence pro mention métiers de la communication : chef de projet communication
- Master mention culture et communication

Compétences

Savoir-faire

Savoir-faire principaux

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Définir une stratégie média
- Etablir des méthodologies et outils d'étude des médias

Développement économique

- Diriger un service, une structure
- Adapter les stratégies aux différentes plateformes et audiences — Transition numérique
- Assurer la veille concurrentielle dans le secteur des médias
- Analyser le retour sur investissement des campagnes publicitaires

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Négocier des contrats avec des plateformes de diffusion

Production, Construction, Qualité, Logistique

- Evaluer les risques liés aux campagnes médias

Savoir-faire secondaires

Communication, Création, Innovation, Nouvelles technologies

- Elaborer un plan média
- Sélectionner des canaux de communication
- Sélectionner le thème d'une diffusion médiatique
- Superviser la création de contenus publicitaires
- Analyser les données d'audience pour améliorer les stratégies
- Optimiser les processus de diffusion d'information

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail

Développement économique

- Gérer les campagnes publicitaires digitales
- Evaluer l'efficacité des campagnes
- Suivre et analyser les résultats d'une campagne de communication
- Mettre en place des partenariats médiatiques
- Déterminer des objectifs de performance, suivre les réalisations et identifier les actions correctives
- Etablir des rapports de performance
- Analyser les dysfonctionnements, les aléas, les écarts par rapport aux objectifs
- Définir les objectifs concernant la durabilité et la responsabilité sociale — Transition écologique
- Concevoir des stratégies de communication innovantes
- Analyser les tendances du marché publicitaire
- Négocier des conditions commerciales
- Coordonner les différents canaux de diffusion — Transition numérique

Pilotage, Gestion, Cadre réglementaire

- Maîtriser la réglementation en vigueur en lien avec son secteur d'activité
- Appliquer les normes environnementales en vigueur — Transition écologique
- Gérer les budgets des campagnes médias
- Gérer les relations avec les fournisseurs de médias
- Négocier les conditions d'achat d'un espace publicitaire
- Planifier le calendrier de diffusion des campagnes publicitaires

Management, Social, Soin

- Allouer et organiser les ressources d'un projet selon les besoins et contraintes
- Coordonner les équipes projet pour atteindre les objectifs
- Communiquer clairement les objectifs de campagne à l'équipe
- Former et développer les compétences des équipes

Coopération, Organisation et Développement de ses compétences

- Appliquer les règles de diffusion de l'information et de la communication
- Savoir gérer plusieurs projets ou activités simultanément
- Gérer des situations de crise ou d'urgence
- Assurer une veille professionnelle continue
- Assurer une présentation orale et écrite de son activité devant un client, des collaborateurs, son équipe afin de susciter l'adhésion
- Utiliser l'anglais dans un contexte professionnel
- Collaborer avec d'autres départements pour aligner les objectifs

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail

Savoir-être professionnels

- Faire preuve de leadership
- Faire preuve de sens des responsabilités
- Organiser son travail selon les priorités et les objectifs

Savoirs

Techniques professionnelles

- Analyse de l'audience cible
- Techniques commerciales
- Techniques de communication orales, écrites et numériques — Transition numérique

Domaines d'expertise

- Média de l'affichage
- Média de la Presse
- Outils de web analyse - web analytics — Transition numérique
- Search Engine Marketing (SEM) — Transition numérique
- Marketing (mercatique)

Normes et procédés

- Principes de rédaction du plan média
- Optimisation SEO pour le multimédia — Transition numérique

Produits, outils et matières

- Utilisation de logiciels de gestion de projet — Transition numérique
- Utilisation d'outils d'analyse de données avancés — Transition numérique

Contextes de travail

Conditions de travail et risques professionnels

- Déplacements professionnels
- Possibilité de télétravail
- Travail en mode projet

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail

Horaires et durée du travail

- Travail en journée
- Travail selon un rythme irrégulier et des pics d'activité

Lieux et déplacements

- Zone nationale

Statut d'emploi

- Salarié secteur privé (CDI, CDD)

Types de structures

- Entreprises de médias
- Entreprises et milieux professionnels
- Organisme public

Secteurs d'activité

- Communication et marketing

© Copyright octobre 2026 France Travail - Reproduction et diffusion interdites sans l'accord de France Travail