



# mariefrance

## PUBLICITE ET IA : CIBLAGE, OPTIMISATION ET RETOUR SUR INVESTISSEMENT

**PUBLIC VISE :**

Services marketing et communication

**PRE REQUIS :**

Aucun

**OBJECTIFS PEDAGOGIQUES :**

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Identifier l'impact et les usages essentiels de l'IA dans la publicité digitale
- Analyser les données et audiences pour définir un ciblage intelligent grâce à l'IA
- Utiliser des outils d'IA pour concevoir des messages et visuels publicitaires pertinents
- Optimiser en continu les campagnes publicitaires via l'automatisation et le suivi des KPI
- Concevoir et évaluer une campagne publicitaire intégrant l'IA pour améliorer le ROI

**DUREE ET MODALITES D'ORGANISATION :**

Dates : à définir

Durée : 7h (1 jour)

Horaires : de 9h00 à 12h00 et de 13h00 à 17h00

Organisation : Présentiel

Inter/Intra : à définir

Nombre de stagiaires prévus : à définir

**LIEU :**

A préciser

**ACCESSIBILITE :**

Pour toute situation de handicap, merci de nous contacter pour envisager la faisabilité

**DELAI D'ACCES :**

Jusqu'à 14 jours avant le début du module et/ou en fonction des places restantes

**TARIF :**

Devis sur demande

**MOYENS D'ENCADREMENT :**

CV du formateur pressenti à disposition

**METHODES MOBILISEES (Moyens pédagogiques et techniques) :**

- Démonstrations d'outils IA, études de cas, ateliers pratiques, échanges collectifs
- Ordinateurs connectés, accès aux plateformes publicitaires et outils IA (ChatGPT, DALL·E, Canva IA, Google Ads, Meta Ads), supports numériques

**MODALITES DE SUIVI D'EVALUATION :**

- Evaluation diagnostique : test de positionnement
- Evaluation formative : exercices pratiques, études de cas, questionnements oraux, auto-évaluations, feedback du formateur, QCM, mises en situation tout au long de la formation
- Evaluation sommative : questionnaires, QCM, études de cas, mises en situation en fin de formation