



CONSEIL – DÉVELOPPEMENT D'APPLICATIONS – SITE INTERNET  
SUPPORTS DE COMMUNICATION – VIDÉO – IDENTITÉ VISUELLE

Écoparc 1, 461 Allée des Érables, 27400 Vironvay  
Tél. 02 85 29 54 74 – [info@ocean-communication.fr](mailto:info@ocean-communication.fr)

**OCÉAN COMMUNICATION**  
**PROGRAMME « Utilisation de votre page Facebook »**

---

**Assurer la visibilité de son entreprise et la collecte de données sur Facebook.**

**→ Pour qui ?**

Commerçants et entrepreneurs locaux, gérants d'entreprises et responsables web. De manière plus générale, tous les professionnels qui souhaitent utiliser les réseaux sociaux au profit de leur entreprise.

**→ Prérequis ?**

- Être salarié d'une entreprise,
- Maîtriser l'usage
- Maîtriser la navigation sur le web
- Être à l'aise avec les outils numériques et l'existence des réseaux sociaux
- Avoir déjà utilisé un ou plusieurs réseaux sociaux

**→ Modalités de réalisation et d'accès**

- Formation réalisable **en présentiel** sur site
- A la signature de la convention, la formation peut être réalisée (sans obligation) sous **48H** selon vos disponibilités et celles de nos formateurs
- Cette formation est **accessible aux personnes en situation de handicap (voir fiche d'accessibilité en annexe)**, des aménagements spécifiques peuvent être mis en œuvre sur demande en prenant contact avec nous.

Au terme de la formation, une attestation de formation sera remise au stagiaire avec ses résultats aux évaluations des différents modules suivis

**→ Contact**

Thierry DUDOUIT – [t.dudouit@ocean-communication.fr](mailto:t.dudouit@ocean-communication.fr) – 02 32 61 36 17

## → PROGRAMME DE LA FORMATION

**Module 01 – L'usage de Facebook**

---

**Module 02 – Communiquer sur Facebook en tant qu'entreprise**

---

**Module 03 – Utiliser les outils de Facebook pour sa communication**

---

**Temps total : 21 heures / 3 journées de formations**

# MODULE 01 – L'utilisation de Facebook

## → Compétences acquises par les apprenants

- Comprendre les réseaux sociaux
- Analyser les usages possibles du réseaux
- Comprendre la navigation sur l'outil sur PC ou depuis un appareil mobile,
- Identifier les types de profils et pages
- Mettre en place un fil d'actualité adapté pour capter l'information voulue
- Créer et animer un compte personnel ou professionnel
- Sélectionner les contenus à diffuser
- Concevoir des contenus pour les partager
- Communiquer auprès de ses publics.
- Traiter les réponses avec les utilisateurs
- Définir un tableau de bord

## → Contenu du module

- Introduction sur l'histoire de Facebook et son évolution des débuts aujourd'hui,
- L'usage de Facebook sur les différents outils et les fonctionnalités liées à chacun,
- Explication de l'intérêt pour un particulier d'utiliser Facebook et les éléments à disposition dans la navigation
- Analyse des outils et moyens de navigation à disposition sur la plateforme
- Explication de l'intérêt commercial de la présence d'une marque ou structure sur les réseaux sociaux,

## → Éléments d'évaluation

- Parmi une sélection de 10 éléments capturés depuis Facebook, l'apprenant identifie les éléments qui permettent d'identifier la nature du contenu.

Indicateur de validation : sont surlignés les éléments de chaque publication qui permettent leur interprétation avec les réponses avec une marge d'erreur de 20%

- Parmi 20 pages et exemples de publications, l'apprenant identifie les pages qui ont mis en place des stratégies de communication sur les réseaux sociaux,

Indicateur de validation : sont entourées les publications qui permettent à des publications d'être clairement identifiées par les socionauts comme associées à une marque.

- Sur une marque donnée, l'apprenant sait identifier les indicateurs qui permettent d'analyser les retours sur investissement liés à l'utilisation des réseaux sociaux

Indicateur de validation : l'apprenant sait identifier et interpréter les résultats d'une communication sur Facebook pour une entreprise.

## → Situation d'évaluation

Après une durée de 45 minutes d'analyse des éléments d'évaluation fournis par le formateur, l'apprenant a 15 minutes pour restituer à l'oral les résultats des 3 exercices composés de questions visant à analyser le référencement de l'exercice présenté.

## MODULE 02 – Développer l'utilisation de Facebook pour une entreprise

### → Compétences acquises par les apprenants

- Développer la maîtrise des fonctionnalités de Facebook,
- Utiliser le réseau comme un outil de communication
- Appréhender les fonctionnalités mises à disposition pour les entreprises,
- Mettre en place une stratégie de communication précise sur Facebook,
- Définir une ligne éditoriale pertinente
- Diffuser de l'information en lien avec son secteur d'activité, son entreprise ou son profil,
- Identifier les opportunités d'échanges autour des services,

### → Contenu du module

- Découvrir la différence entre un profil personnel et une page entreprise
- Basculer entre les 2 profils pour communiquer en tant qu'employé et entreprise,
- Identifier les usages possibles sur la plateforme dédiée aux entreprises,
- Mettre en avant des produits et services au travers de la présence en ligne,
- S'approprier Facebook pour faire de la veille sur son secteur d'activité,
- Enrichir ses publications et la communication de son entreprise,

### → Éléments d'évaluation

- L'apprenant met en place une page entreprise dédiée à sa structure et remplit l'ensemble des conditions requises pour s'assurer de la bonne information des socionautes.

Indicateur de validation : L'apprenant est à même de créer une page entreprise en lien avec sa structure avec les informations centrales (Nom, Logo, Couverture, Description, adresse web, adresse postale)

- L'apprenant sait administrer sa page entreprise et attribuer les autorisations nécessaires à son équipe en fonction de ces besoins.

Indicateur de validation : L'apprenant a pu créer une page et mettre en place des droits d'administration pour les profils de ces collaborateurs.

- L'apprenant est à même de sélectionner les contenus à diffuser et planifier les communications sur une période donnée à partir des outils à disposition.

Indicateur de validation : L'apprenant sait prendre en main la création et la planification de contenus pour planifier plusieurs publications sur une période donnée par le formateur.

### → Situation d'évaluation

Au terme de la formation, l'apprenant est laissé seul pour réaliser les différents tests qui lui permettront de valider ses acquis la formation. Après une durée de 45 minutes, il est à même de mettre en avant les différents résultats et de justifier ses réponses de manière orale.

## MODULE 03 – Faire de Facebook un outil de travail

### → Compétences acquises par les apprenants

- Optimiser sa présence et la communication de son entreprise sur Facebook
- Développer sa communication au travers de outils publicitaires présents sur la plateforme
- Créer des campagnes sponsorisées
- Définir des audiences cibles
- Mettre en place des indicateurs

### → Contenu du module

- Identifier les outils à disposition pour mettre en ligne des messages
- Produire du contenu éditorial dédié
- Mobiliser le contenu en accord avec les attentes des utilisateurs du réseaux
- Créer et publier des messages en adaptant la forme aux codes des réseaux sociaux
- Utiliser les outils des plateformes pour créer ses messages et les planifier
- Promouvoir ses contenus via les outils payants proposés par les plateformes
- Définir des audiences ciblées,
- Créer des campagnes sponsorisées

### → Éléments d'évaluation

• Sur une sélection de 10 publications, l'apprenant sait identifier les contenus sponsorisés des contenus suggérés  
Indicateur de validation : Sont classées par type de pages les publications réalisées présentées à l'apprenant avec une marge d'erreur de 20 %.

• L'apprenant est à même de définir une audience pour la publication de contenus sponsorisé en accord avec la stratégie de communication de son entreprise.

Indicateur de validation : L'apprenant sait prendre en main l'outil de création d'audiences pour définir des audiences en fonction des critères à disposition sur la plateforme.

• Avec un contexte précis, l'apprenant sait mettre en place une action de diffusion sponsorisée qui répond aux exigences exposées par le formateur.

Indicateur de validation : L'apprenant identifie les critères et les éléments qui devront être appliqués pour la diffusion des contenus sponsorisés.

### → Situation d'évaluation

Au terme de la formation, l'apprenant est laissé seul pour réaliser les différents tests qui lui permettront de valider ses acquis la formation. Après une durée de 45 minutes, il est à même de mettre en avant les différents résultats et de justifier ses réponses de manière orale.



CONSEIL – DÉVELOPPEMENT D'APPLICATIONS – SITE INTERNET  
SUPPORTS DE COMMUNICATION – VIDÉO – IDENTITÉ VISUELLE

Écoparc 1, 461 Allée des Érables, 27400 Vironvay  
Tél. 02 85 29 54 74 – [info@ocean-communication.fr](mailto:info@ocean-communication.fr)

**OCÉAN COMMUNICATION**  
**PROGRAMME « Utilisation de votre page Instagram »**

---

**Assurer la visibilité de son entreprise et la collecte de données grâce à Instagram.**

**→ Pour qui ?**

Commerçants et entrepreneurs locaux, gérants d'entreprises et responsables web. De manière plus générale, tous les professionnels qui souhaitent utiliser les réseaux sociaux au profit de leur entreprise.

**→ Prérequis ?**

- Être salarié d'une entreprise,
- Maîtriser l'usage
- Maîtriser la navigation sur le web
- Être à l'aise avec les outils numériques et l'existence des réseaux sociaux
- Avoir déjà utilisé un ou plusieurs réseaux sociaux

**→ Modalités de réalisation et d'accès**

- Formation réalisable **en présentiel** sur site
- A la signature de la convention, la formation peut être réalisée (sans obligation) sous **48H** selon vos disponibilités et celles de nos formateurs
- Cette formation est **accessible aux personnes en situation de handicap (voir fiche d'accessibilité en annexe)**, des aménagements spécifiques peuvent être mis en œuvre sur demande en prenant contact avec nous.

Au terme de la formation, une attestation de formation sera remise au stagiaire avec ses résultats aux évaluations des différents modules suivis

**→ Contact**

Thierry DUDOUIT – [t.dudouit@ocean-communication.fr](mailto:t.dudouit@ocean-communication.fr) – 02 32 61 36 17

## → PROGRAMME DE LA FORMATION

**Module 01 – L'utilisation d'Instagram**

---

**Module 02 – Communiquer sur Instagram pour son entreprise**

---

**Module 03 – Utiliser les outils d'Instagram dans sa communication**

---

**Temps total : 21 heures / 3 journées de formations**

# MODULE 01 – Utiliser Instagram

## → Compétences acquises par les apprenants

- Comprendre les réseaux sociaux
- Analyser les usages possibles du réseau
- Comprendre la navigation sur l'outil sur PC ou depuis un appareil mobile,
- Identifier les types de contenus disponibles
- Mettre en place un fil d'actualité adapté pour capter l'information voulue,
- Créer et animer un compte personnel ou professionnel,
- Identifier les usages liés à la plateforme,
- Sélectionner les contenus à diffuser
- Concevoir des contenus pour les partager
- Communiquer auprès de ses publics.

## → Contenu du module

- Introduction sur l'histoire d'Instagram et son évolution des débuts aujourd'hui,
- L'usage d'Instagram sur les différents formats de communication et les fonctionnalités liées à chacun,
- Explication de l'intérêt pour un particulier d'utiliser Instagram et les éléments à disposition dans la navigation,
- Présentation des contenus proposés par la plateforme,
- Identification des éléments clés pour la navigation sur la plateforme
- Explication de l'intérêt commercial de la présence d'une marque ou structure sur les réseaux sociaux,

## → Éléments d'évaluation

- Parmi une sélection de 10 éléments capturés sur Instagram, l'apprenant identifie les éléments qui permettent d'identifier la nature du contenu.

Indicateur de validation : sont surlignés les éléments de chaque contenus qui permettent leur interprétation avec les réponses avec une marge d'erreur de 20%

- Parmi 20 pages et exemples de publications, l'apprenant identifie les pages qui ont mis en place des stratégies de communication sur les réseaux sociaux,

Indicateur de validation : sont entourées les publications qui permettent à des publications d'être clairement identifiées par les socionauts comme associées à une marque ou un particulier

- Sur une marque donnée, l'apprenant sait identifier les indicateurs qui permettent d'analyser les retours sur investissement liés à l'utilisation des réseaux sociaux

Indicateur de validation : l'apprenant sait identifier et interpréter les résultats d'une communication sur Instagram LinkedIn pour une entreprise.

## → Situation d'évaluation

Après une durée de 45 minutes d'analyse des éléments d'évaluation fournis par le formateur, l'apprenant a 15 minutes pour restituer à l'oral les résultats des 3 exercices composés de questions visant à analyser le référencement de l'exercice présenté.



## MODULE 02 – Communiquer sur Instagram pour son entreprise

### → Compétences acquises par les apprenants

- Développer la maîtrise des fonctionnalités d'Instagram,
- Utiliser le réseau comme un outil de communication,
- Appréhender les fonctionnalités à disposition pour les entreprises,
- Mettre en place une stratégie de communication précise sur LinkedIn,
- Réaliser des clichés et les modifier avec les outils de la plateforme,
- Prendre en main les outils complémentaires liés à l'utilisation d'Instagram,
- Utiliser l'image pour communiquer sur son entreprise,
- Identifier les opportunités d'échanges autour des produits et services,

### → Contenu du module

- Appréhender les usages d'Instagram en tant qu'entreprise
- Basculer entre les 2 profils pour communiquer en tant qu'employé et entreprise,
- Identifier les usages possibles sur la plateforme dédiée aux entreprises,
- Mettre en avant des produits et services au travers de la présence en ligne,
- S'approprier LinkedIn pour faire de la veille sur son secteur d'activité,
- Enrichir ses publications et la communication de son entreprise,

### → Éléments d'évaluation

• L'apprenant met en place une page entreprise dédiée à sa structure et remplit l'ensemble des conditions requises pour s'assurer de la bonne information des socionauts.

Indicateur de validation : L'apprenant est à même de créer une page entreprise en lien avec sa structure avec les informations centrales (Nom, Logo, Couverture, Description, adresse web, adresse postale)

• L'apprenant sait administrer sa page entreprise et attribuer les autorisations nécessaires à son équipe en fonction de ces besoins.

Indicateur de validation : L'apprenant a pu créer une page et mettre en place des droits d'administration pour les profils de ces collaborateurs.

• L'apprenant est à même de sélectionner les contenus à diffuser et planifier les communications sur une période donnée à partir des outils à disposition.

Indicateur de validation : L'apprenant sait prendre en main la création et la planification de contenus pour planifier plusieurs publications sur une période donnée par le formateur.

### → Situation d'évaluation

Au terme de la formation, l'apprenant est laissé seul pour réaliser les différents tests qui lui permettront de valider ses acquis la formation. Après une durée de 45 minutes, il est à même de mettre en avant les différents résultats et de justifier ses réponses de manière orale.

## MODULE 03 – Faire d’Instagram un outil de travail

### → Compétences acquises par les apprenants

- Optimiser sa présence et la communication de son entreprise sur LinkedIn
- Développer sa communication au travers de outils publicitaires présents sur la plateforme
- Créer des campagnes sponsorisées
- Définir des audiences cibles
- Mettre en place des indicateurs

### → Contenu du module

- Identifier les outils à disposition pour mettre en ligne des messages
- Produire du contenu éditorial dédié
- Mobiliser le contenu en accord avec les attentes des utilisateurs du réseaux
- Créer et publier des messages en adaptant la forme aux codes des réseaux sociaux
- Utiliser les outils des plateformes pour créer ses messages et les planifier
- Promouvoir ses contenus via les outils payants proposés par les plateformes
- Définir des audiences ciblées,
- Créer des campagnes sponsorisées

### → Éléments d’évaluation

• Sur une sélection de 10 publications, l’apprenant sait identifier les contenus sponsorisés des contenus suggérés  
Indicateur de validation : Sont classées par type de pages les publications réalisées présentées à l’apprenant avec une marge d’erreur de 20 %.

• L’apprenant est à même de définir une audience pour la publication de contenus sponsorisé en accord avec la stratégie de communication de son entreprise.

Indicateur de validation : L’apprenant sait prendre en main l’outil de création d’audiences pour définir des audiences en fonction des critères à disposition sur la plateforme.

• Avec un contexte précis, l’apprenant sait mettre en place une action de diffusion sponsorisée qui répond aux exigences exposées par le formateur.

Indicateur de validation : L’apprenant identifie les critères et les éléments qui devront être appliqués pour la diffusion des contenus sponsorisés.

### → Situation d’évaluation

Au terme de la formation, l’apprenant est laissé seul pour réaliser les différents tests qui lui permettront de valider ses acquis la formation. Après une durée de 45 minutes, il est à même de mettre en avant les différents résultats et de justifier ses réponses de manière orale.



CONSEIL – DÉVELOPPEMENT D'APPLICATIONS – SITE INTERNET  
SUPPORTS DE COMMUNICATION – VIDÉO – IDENTITÉ VISUELLE

Écoparc 1, 461 Allée des Érables, 27400 Vironvay  
Tél. 02 85 29 54 74 – [info@ocean-communication.fr](mailto:info@ocean-communication.fr)

## OCÉAN COMMUNICATION PROGRAMME « Utilisation de votre page LinkedIn »

---

**Mobiliser LinkedIn en tant qu'outil de communication, de prospection et de recrutement.**

### → Pour qui ?

Commerçants et entrepreneurs locaux, gérants d'entreprises et responsables web. De manière plus générale, tous les professionnels qui souhaitent utiliser les réseaux sociaux au profit de leur entreprise.

### → Prérequis ?

- Être salarié d'une entreprise,
- Maîtriser l'usage
- Maîtriser la navigation sur le web
- Être à l'aise avec les outils numériques et l'existence des réseaux sociaux
- Avoir déjà utilisé un ou plusieurs réseaux sociaux

### → Modalités de réalisation et d'accès

- Formation réalisable **en présentiel** sur site
- A la signature de la convention, la formation peut être réalisée (sans obligation) sous **48H** selon vos disponibilités et celles de nos formateurs
- Cette formation est **accessible aux personnes en situation de handicap (voir fiche d'accessibilité en annexe)**, des aménagements spécifiques peuvent être mis en œuvre sur demande en prenant contact avec nous.

Au terme de la formation, une attestation de formation sera remise au stagiaire avec ses résultats aux évaluations des différents modules suivis

### → Contact

Responsable de formation : Thierry DUDOUIT – [t.dudouit@ocean-communication.fr](mailto:t.dudouit@ocean-communication.fr) – 02 32 61 36 17

## → PROGRAMME DE LA FORMATION

**Module 01 – L'utilisation de LinkedIn**

---

**Module 02 – Communiquer sur LinkedIn pour son entreprise**

---

**Module 03 – Utiliser les outils de LinkedIn dans sa communication**

---

**Temps total : 21 heures / 3 journées de formations**

# MODULE 01 – Utiliser LinkedIn en tant que professionnel

## → Compétences acquises par les apprenants

- Comprendre LinkedIn et ses usages
- Identifier les différences entre les types de profils et pages,
- Comprendre la navigation sur l'outil sur PC ou depuis un appareil mobile,
- Identifier les types de contenus disponibles
- Mettre en place un fil d'actualité adapté pour capter l'information voulue,
- Créer et animer un compte personnel,
- Identifier les usages liés à la plateforme,
- Sélectionner les contenus à diffuser
- Concevoir des contenus pour les partager
- Communiquer auprès de ses publics.

## → Contenu du module

- Introduction sur LinkedIn et son utilisation,
- L'usage du réseau social professionnels,
- Présentation des différents formats de communication et les fonctionnalités liées à chacun,
- Explication de l'intérêt d'un réseau social professionnel,
- Présentation des contenus proposés par la plateforme,
- Identification des éléments clés pour la navigation sur la plateforme
- Explication de l'intérêt commercial de la présence d'une marque ou structure sur les réseaux sociaux,

## → Éléments d'évaluation

- Parmi une sélection de 10 éléments capturés sur LinkedIn, l'apprenant identifie les éléments qui permettent d'identifier la catégorie de profil qui communique

Indicateur de validation : sont surlignés les éléments de chaque contenu qui permettent leur interprétation avec les réponses avec une marge d'erreur de 20%

- Parmi 20 pages et exemples de publications, l'apprenant identifie les pages qui ont mis en place des stratégies de communication sur les réseaux sociaux,

Indicateur de validation : sont entourées les publications qui permettent à des publications d'être clairement identifiées par les socionautes comme associées à une marque ou un particulier

- Sur une marque donnée, l'apprenant sait identifier les indicateurs qui permettent d'analyser les retours sur investissement liés à l'utilisation des réseaux sociaux

Indicateur de validation : l'apprenant sait identifier et interpréter les résultats d'une communication sur LinkedIn pour une entreprise.

## → Situation d'évaluation

Après une durée de 45 minutes d'analyse des éléments d'évaluation fournis par le formateur, l'apprenant a 15 minutes pour restituer à l'oral les résultats des 3 exercices composés de questions visant à analyser le référencement de l'exercice présenté.

## MODULE 02 – Développer la présence de son entreprise sur LinkedIn

### → Compétences acquises par les apprenants

- Créer et animer un profil d'entreprise,
- Développer la maîtrise des fonctionnalités dédiées aux entreprises,
- Appréhender les fonctionnalités à disposition pour les entreprises,
- Mettre en place une stratégie de communication précise sur LinkedIn,
- Utiliser les différents formations pour communiquer autour de la vie de son entreprise,
- Prendre en main les outils liés au recrutement et à la création d'offre d'emploi,
- Utiliser son réseau personnel pour relayer l'actualité de son entreprise,
- Identifier les opportunités d'échanges autour des produits et services,

### → Contenu du module

- Appréhender les usages de LinkedIn en tant qu'entreprise
- Basculer entre profil personnel et page entreprise pour relayer les actualités,
- Identifier les bonnes pratiques pour créer une offre d'emploi,
- Mettre en avant des produits et services au travers de la présence en ligne,
- Créer une politique d'appartenance pour les membres de son entreprise,
- S'approprier LinkedIn pour faire de la veille sur son secteur d'activité,
- Enrichir ses publications et la communication de son entreprise,

### → Éléments d'évaluation

- L'apprenant met en place une page entreprise dédiée à sa structure et remplit l'ensemble des conditions requises pour s'assurer de la bonne information des sociétaires.

Indicateur de validation : L'apprenant est à même de créer une page entreprise en lien avec sa structure avec les informations centrales (Nom, Logo, Couverture, Description, adresse web, adresse postale)

- L'apprenant sait administrer sa page entreprise et attribuer les autorisations nécessaires à son équipe en fonction de ces besoins.

Indicateur de validation : L'apprenant a pu créer une page et mettre en place des droits d'administration pour les profils de ces collaborateurs.

- L'apprenant est à même de sélectionner les contenus à diffuser et planifier les communications sur une période donnée à partir des outils à disposition.

Indicateur de validation : L'apprenant sait prendre en main la création et la planification de contenus pour planifier plusieurs publications sur une période donnée par le formateur.

- L'apprenant sait créer une offre d'emploi pour les recrutements futurs de son entreprise à partir d'éléments donnés par le formateur.

Indicateur de validation : L'apprenant met en ligne une offre de recrutement qui reprend les critères donnés par le formateur.

### → Situation d'évaluation

Au terme de la formation, l'apprenant est laissé seul pour réaliser les différents tests qui lui permettront de valider ses acquis la formation. Après une durée de 45 minutes, il est à même de mettre en avant les différents résultats et de justifier ses réponses de manière orale.

## MODULE 03 – Faire de LinkedIn un outil support

### → Compétences acquises par les apprenants

- Optimiser sa présence et la communication de son entreprise sur LinkedIn,
- Développer sa communication au travers de outils publicitaires présents sur la plateforme
- Développer l'utilisation de LinkedIn Premium,
- Utiliser LinkedIn Talent Solutions pour mettre en place des actions de recrutement
- Définir des audiences cibles
- Créer des campagnes sponsorisées
- Mettre en place des indicateurs

### → Contenu du module

- Identifier les outils de communication sponsorisée,
- Mettre en place des campagnes sponsorisées,
- Étudier les chiffres et analyser le ROI de chaque action,
- Appréhender l'utilisation de LinkedIn Premium
- Mettre en place une stratégie de sourcing
- Promouvoir ses contenus via les outils payants proposés par les plateformes
- Définir des audiences ciblées,
- Créer des campagnes sponsorisées

### → Éléments d'évaluation

• Sur une sélection de 10 publications, l'apprenant sait identifier les contenus sponsorisés des contenus suggérés  
Indicateur de validation : Sont classées par type de pages les publications réalisées présentées à l'apprenant avec une marge d'erreur de 20 %.

• L'apprenant est à même de définir une audience pour la publication de contenus sponsorisé en accord avec la stratégie de communication de son entreprise.

Indicateur de validation : L'apprenant sait prendre en main l'outil de création d'audiences pour définir des audiences en fonction des critères à disposition sur la plateforme.

• Avec un contexte précis, l'apprenant sait mettre en place une action de diffusion sponsorisée qui répond aux exigences exposées par le formateur.

Indicateur de validation : L'apprenant identifie les critères et les éléments qui devront être appliqués pour la diffusion des contenus sponsorisés.

### → Situation d'évaluation

Au terme de la formation, l'apprenant est laissé seul pour réaliser les différents tests qui lui permettront de valider ses acquis la formation. Après une durée de 45 minutes, il est à même de mettre en avant les différents résultats et de justifier ses réponses de manière orale.