

ENJEUX DE L'IAG DANS LE DOMAINE DES MEDIAS ET DE LA PUBLICITE

PROGRAMME

1 Introduction à l'Intelligence Artificielle Générative (IAG) et son potentiel dans le domaine des Médias et de la Publicité

- Présentation de l'IAG et de ses capacités
- Aperçu des potentialités de l'IAG dans le secteur des médias et de la publicité

2 Les fondements de l'IAG dans les Médias et la Publicité

- Présentation des concepts clés de l'IAG et leurs déclinaisons : texte, son, image, vidéo
- Leur utilisation potentielle dans le domaine des médias et de la publicité
- Les algorithmes les plus utilisés et les données nécessaires à leur entraînement

3 Les applications de l'IAG dans les Médias et la Publicité – De la Création de contenu à l'Engagement des utilisateurs

- Revue des applications actuelles de l'IAG dans le domaine des médias et de la publicité, telles que la création de contenu automatisée (texte, image, son, vidéo), agrégateurs de contenu, le script writing, la génération de titres, la personnalisation des contenus, reconnaissance et suivi d'objets (roto-scoping, suppression d'objets, création d'effets spéciaux, les bots conversationnels, etc)

4 Les applications de l'IAG dans les Médias et la Publicité – Du Ciblage de l'audience à l'Analyse des performances

- Revue des applications actuelles de l'IAG dans le domaine des médias et de la publicité, telles que le ciblage de l'audience, la segmentation du marché, l'optimisation des campagnes publicitaires, l'analyse de performances, l'analyse des sentiments, la gestion des community managers, la modération automatisée, la reconnaissance d'image et de voix, les alertes médias sociaux, la gestion des influenceurs, etc.

5 Les bénéfices, défis et enjeux éthiques de l'IAG dans les Médias et la Publicité

- Exploration des avantages et des défis de l'utilisation de l'IAG dans le secteur des médias et de la publicité
- Présentation des dilemmes éthiques spécifiques liés à l'utilisation de l'IAG dans les médias et la publicité, tels que la confidentialité des données, la responsabilité des décisions automatisées, la désinformation, etc.
- Présentation des cadres réglementaires pour une utilisation responsable de l'IAG

6 Le futur de l'IAG dans les Médias et la Publicité

- Exploration des perspectives futures de l'IAG dans le domaine des médias et de la publicité, y compris les avancées technologiques à venir, l'impact potentiel sur les pratiques publicitaires et médiatiques, les défis à relever et les opportunités à saisir.



Date : à définir



Durée : 1 jour – 6 heures



Prix : en fonction du nombre de participants



CONTACT :

Tél : +33 1 40 20 41 41

Mail : formations@acadys.com