

8- GESTION DE PROJET ÉVÉNEMENTIEL

Programme de formation - 10 Octobre 2022

Module de formation intégré à des cursus complets proposés par des établissements d'enseignement supérieur tels que PPA (Paris Pôle Alternance) - Groupe GES / Sup de com - Groupe IDRAC

>> Pour des classes de Bachelor (de la 1ère à la 3ème année) et Mastère Communication & Marketing

>> Liens sur les référentiels RNCP (Registre National des Certifications Professionnelles)

- **Chargé de communication** : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34813/>
- **Responsable de communication** : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34574/>
- **Manager de la communication** : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35249/>
- **Chef de projet en communication** : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34352/>
- **Directeur artistique en communication visuelle et multimédia** : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36386/>
- **Chargé de marketing et promotion** : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34581/>
- **Manager de la communication et du marketing** : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34492/>
- **Manager marketing et communication (MS)** : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36017/>
- **Manager de la communication et du marketing digital** : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34577/>

Conditions d'accès : Passage en 1ère Année sur concours : dossier, tests et entretien / Passage en 2ème Année depuis la 1ère Année ou concours : dossier, tests et entretien / Passage en 3ème Année depuis la 2ème Année ou concours : dossier, tests et entretien / Passage en 4ème Année depuis la 3ème Année ou concours : dossier, tests et entretien / Passage en 5ème Année depuis la 4ème Année

Pré-requis : Bac, Bac + 1, Bac + 2, Bac + 3, Bac + 4 validés à 60 ECTS en Marketing/Commerce/Communication

Volume horaire : 20 à 30 heures par groupe d'étudiants

Tarifs : De 1600 € à 2400 € en fonction du volume horaire

Modalités d'évaluation : Contrôle continu sur des sujets proposés au fil du module et un examen final de 2 heures sur un sujet dédié.

Modalités d'accès pour les personnes en situation de handicap :

Visitez le site de l'AGEFIPH : <https://www.agefiph.fr/>

Soucieux de promouvoir et développer des formations à destination des personnes en situation de handicap, notre établissement s'engage dans cette démarche :

Tous les campus dans lesquels nous intervenons sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Tous les campus dans lesquels nous intervenons proposent des dispositifs adaptés aux personnes ayant un handicap.

Un référent Handicap est nommé dans chaque campus pour mieux accompagner les apprenants en amont, pendant et après la formation.

Une « Charte de progrès pour l'accueil des personnes en situation de handicap » a été créée et

diffusée sur tous les campus des établissements dans lesquels nous intervenons et dans le nôtre afin de sensibiliser tous les membres des différents réseaux et les apprenants.

Débouchés métier : Directeur de la communication, Responsable de la communication interne, Responsable de la communication externe, Chef de projet événementiel, Chef de pub, Influenceur / influenceuse, Assistant de communication, Directeur de clientèle, Média planneur, Chef de projet, Chargés de relations publics, Chargé de communication, Planneur stratégique, Responsable des partenariats, Community Manager, Concepteur rédacteur, Directeur de la création, Directeur artistique.

>> Comprendre chaque étapes de la conception et de la gestion d'un événement en vue d'en créer un à partir d'un contexte réel.

Objectifs :

- Développer des capacités d'analyse
- Comprendre et Définir un contexte de communication et les objectifs connexes.
- Définir le cadre technique, législatif, budgétaire, temporel et humain d'un projet.
- Connaissances des outils informatiques dédiés et les techniques de fabrication.
- Maîtriser la chaine graphique
- Développer les connaissances liées à l'événementiel

Les programmes de formation détaillés et les supports vidéo sont disponibles sur le site internet du centre de formation.

Introduction :

- > Définir un événement comme solution de communication dans le cadre d'une stratégie marketing dédiée à un annonceur spécifique
- > Problématique & Objectifs
- > Définir un événement comme produit culturel
- > Études de cas de différents annonceurs

1/ L'agence événementielle et l'annonceur

- > Typologie des agences et des événements
- > Typologie des annonceurs, de leurs problématiques et objectifs
- > Étude marketing et recommandation stratégique
- > Définir le Concept de l'événement
- > Définir une scénographie et un parcours
- > Réalisation de Planches tendances, de nuages de mots-clés et d'infographies
- > Définir un reportage photo et vidéo précis pour la communication post-événement

2/ La société de production et ses artistes

- > Typologie des sociétés de production
- > Étude marketing & présentation d'une société de production : La matrice SWOT comme outil stratégique.

3/ Communication et promotion des événements

- > Présentation du modèle de Jakobson
- > Stratégie créative, Recherches iconographiques & typographiques

- > Identité visuelle
- > Définir les supports de communication imprimés et multimédias
- > Outils et logiciels à utiliser
- > Média-planning ou plan médias

4/ Gestion de projet : outils et ressources

- > Établir le cahier des charges
- > Réaliser le rétro-planning
- > Réaliser un budget détaillé
- > Contacter des prestataires
- > Établir des partenariats
- > Financements publics et privés
- > Lancer la production et assurer son suivi

CONCLUSION :

- Dimension juridique d'un projet