

Programme EVENT

Stratégie et Création de l'événement

EVENT - Stratégie et création de l'événement est une formation à Bac + 5 en alternance, construite en collaboration avec l'ANAé. Déclinée ANAé, elle forme des directeurs de projet événementiels chez l'annonceur ou en agence appuyant leurs pratiques sur un socle d'expertise en communication et marque.

Ces professionnels de la communication doivent être capables de :

- ▶ concevoir des stratégies de communication événementielle ;
- ▶ coordonner et de participer aux phases de création ;
- ▶ accompagner et gérer la marque dans sa stratégie globale ;
- ▶ s'adapter à des publics et des secteurs diversifiés ;
- ▶ maîtriser l'organisation et la production de l'événement.

Le principe : le temps partagé école- entreprise

- ▶ 4 jours entreprise / 1 jour à l'ISCOM, le vendredi
- ▶ Séminaire initial de connaissances fondamentales de 3 semaines
- ▶ 5 séminaires de regroupement d'une semaine en cours d'année dont 1 jeu international d'entreprise.

Les objectifs pédagogiques de l'alternance

Au sein de leur entreprise d'accueil, les étudiants participent et contribuent :

- ▶ à la réflexion et au conseil stratégique en événement et à sa cohérence avec l'image et les valeurs de la marque.
- ▶ à la création ou à la coordination d'une équipe de création pluridisciplinaire.
- ▶ à la mise en œuvre maîtrisée et au pilotage de l'événement, la prévision, l'anticipation (management des différents acteurs, cahiers des charges, budgets, délais, risques, outils).

Le programme se répartit entre :

Total heures	Séminaire initial heures	Alternance heures	Séminaires sectoriels heures
420	98	147	175

Le séminaire initial de 3 semaines pour acquérir les savoirs et compétences fondamentales dans le domaine événementiel, initier la dynamique du groupe.

L'alternance : 4 jours en entreprise (du lundi au jeudi), 1 jour (le vendredi) à l'école. Le lien est maintenu entre l'école, les étudiants et leurs groupes de travail tout au long de l'année grâce à l'intranet de l'ISCOM : CAMPUS.

Les séminaires sectoriels : Les séminaires permettent d'aborder la thématique de la formation à travers un secteur d'activités particulier soit un type particulier d'événement.

Le mémoire professionnel : Ce travail individuel d'analyse et de recherche donne lieu à une soutenance devant un Jury.

Approches pédagogiques des contenus

Les cours alternent :

- les apports méthodologiques, théoriques et les études de cas;
- les travaux individuels et les travaux de groupe.

Quelques exemples :

- Analyse d'événements, études de cas /cas réels, analyse des pratiques consultants/agences et annonceurs, présentation de leurs approches stratégiques, présentation par des binômes agence/annonceur.
- Conception de tableaux de bord et mise en place d'outils de veille
- Travail collaboratif et publication en ligne.
- Recherches documentaires et benchmarking
- Rencontres avec des prestataires
- Lien pédagogique entreprise / école

DÉTAIL DU PROGRAMME (NON CONTRACTUEL)

Le programme de la formation « Stratégie et Création de l'Événement » s'articule autour de trois domaines de compétences :

■ UNIVERS DE L'ÉVÉNEMENTIEL

■ STRATÉGIE DE COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE

■ CRÉATION ÉVÉNEMENTIELLE

L'originalité de la formation conçue et animée en partenariat avec l'ANAé réside dans :

- le parti pris de proposer une approche spécifique de la communication événementielle.
- la volonté d'intégrer ces techniques et méthodes dans une communication synergique de convergence, influencée par la recherche de points de contacts de la marque avec tous ses publics-cibles.

Son ambition est de former des futurs professionnels de la communication, en phase avec la demande du marché actuel et de son évolution, avec une connaissance approfondie de la communication événementielle et des opportunités qu'elle offre aux marques.

Les trois domaines de compétence seront abordés successivement et logiquement au fil du cursus que cela soit au sein des cours ou des séminaires.

Le premier « L'Univers de l'événementiel » (UE) est destiné à explorer les clés d'analyse et de compréhension des enjeux de la communication événementielle.

Le second domaine de compétence « Stratégie de la Communication Événementielle » (SCE) permet d'identifier et développer une stratégie de communication en adéquation avec la marque.

Enfin, le troisième domaine « Création Événementielle » (CE) apporte une vision pointue de la communication événementielle sous tous ses aspects créatifs et innovants, en termes de contenus et de scénographie.

Ces trois domaines de compétences forment une progression pédagogique sur l'ensemble de l'année.
Nous définissons ci-après les modules constitutifs de ces domaines.

1. UNIVERS DE L'ÉVÉNEMENTIEL :

Ce domaine inscrit la formation dans une démarche réflexive, en amont des stratégies, afin de favoriser une approche globale et contextuelle de la communication événementielle.

■ OBJECTIFS PEDAGOGIQUES PROPRES A CE DOMAINE :

- ▶ intégrer la réflexion stratégique événementielle dans une réflexion globale de l'entreprise
- ▶ appréhender le contexte évolutif de la communication
- ▶ se construire une culture de l'événementiel.

■ MODULES :

- ✓ comprendre les enjeux de la communication événementielle
- ✓ avoir les « bons réflexes » en création, communication, production,...
- ✓ connaître les différentes étapes d'un projet événementiel : de l'appel d'offre au débriefing d'évaluation.

2. STRATÉGIE DE COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE

■ OBJECTIFS PEDAGOGIQUES PROPRES A CE DOMAINE:

- ▶ connaître les techniques et outils de la communication événementielle
- ▶ comprendre le fonctionnement et optimiser sa gestion de temps
- ▶ savoir juger les projets créatifs selon des critères de communicabilité
- ▶ savoir évaluer l'efficacité.

■ MODULES :

- ✓ intégration dans une stratégie de communication de marque (B to C) et corporate (B to B)
- ✓ public interne et externe, études et connaissances des cibles
- ✓ développement international, approche multiculturelle
- ✓ communication événementielle et communication de crise

3. CRÉATION ÉVÉNEMENTIELLE

Ce domaine donne une vision créative de la communication événementielle.

■ OBJECTIFS PEDAGOGIQUES PROPRES A CE DOMAINE :

- ✓ concevoir la stratégie de création
- ✓ acquérir une vision convergente de l'organisation des moyens de communication

■ MODULES

- ✓ conception et scénographie
- ✓ conception visuelle, charte graphique
- ✓ brand Platform
- ✓ développer son jugement créatif

SÉMINAIRES SECTORIELS

■ LES SEMINAIRES SECTORIELS EVENT

- ✓ Digital Événement du 9 au 13 janvier 2012
- ✓ Événement responsable du 13 au 17 février 2012
- ✓ Culture et territoires du 5 au 9 mars 2012
- ✓ Meeting Industry du 11 au 15 juin 2012
- ✓ Le jeu INTERNATIONAL du 2 au 6 juillet 2012

■ ORGANISATION TYPE D'UN SEMINAIRE SECTORIEL

PRINCIPE

Les séminaires sectoriels durent une semaine et se composent :

- ✓ d'une partie « expertise » avec des interventions de professionnels.
- ✓ d'une partie « Travaux dirigés », autour d'un cas pratique d'entreprise.

PREPARATION

Les séminaires sont présentés aux étudiants en amont de la session par un expert référent du séminaire. Des travaux préparatoires peuvent être demandés, le sujet des travaux dirigés peut être fourni à l'avance.

LE DEROULEMENT DU SEMINAIRE

A- Introduction avec l'expert ou les experts référents, présentation de l'étude de cas, interventions d'experts

B- Travaux dirigés

Le sujet aura pu être présenté en amont aux étudiants.

Des tutorats d'expert sont organisés.

Ces travaux dirigés peuvent se traduire par :

- ✓ Le briefing d'une consultation — les étudiants devant préparer une recommandation écrite (présentée à l'oral)
- ✓ Un briefing de problématique annonceur devant déboucher sur le texte d'un appel d'offres, une recommandation de conduite du changement...
- ✓ Des travaux de recherche ou d'études...
- ✓ Les travaux des étudiants seront présentés par oral le vendredi devant un jury composés d'intervenants et de professionnels
- ✓ Autres

EVALUATIONS

Les évaluations portent à la fois sur les travaux préparatoires et les présentations devant le jury.

Travaux et pratiques d'intérêt transversal

Anglais – (cours d'anglais et cours en anglais dispensés sous forme d'un séminaire d'une journée toutes les trois semaines)

Mémoire professionnel

Des projets dont les sujets sont définis avec les intervenants en début de formation sont proposés aux étudiants.