

Ressource R5.SME.16 : Marketing de l'évènementiel - 2

Parcours : SME **Heures :** 15 heures

Descriptif

Contribution au développement de la ou les compétences ciblées :

- Connaître les enjeux d'un évènement de grande ampleur
- Elaborer un évènement de grande ampleur adapté au brief
- Mesurer les retombées de l'évènement

Mots clés : Evènement grand format – retombée – mesure de la satisfaction

Contenu Pédagogique

- Panorama des différents types d'évènements complexes : événements grand public, congrès, conventions, foires et

salons, festivals

- Spécificités de la création et promotion d'un évènement grand public de grande ampleur
- Mesure des retombées, de la fréquentation et de la satisfaction

Apprentissage critique ciblé :

- AC35.01SME | Créer un événement complexe adapté aux attentes du commanditaire

Compétences Ciblées

Manager un projet événementiel

Apprentissages Critiques Liés

- AC35.04SME
- AC32.02
- AC32.03
- AC34.04SME
- AC34.01SME
- AC34.02SME
- AC35.02SME
- AC35.05SME
- AC31.02
- AC31.01
- AC31.03
- AC35.01SME
- AC32.01
- AC34.03SME
- AC35.03SME

CONTACTS RÉFÉRENTS TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION

Mickaël MILLET
Secrétariat

Caroline MILCENT-MONTIER
Vianney M'BOUMBA

Chef de département – mickael.millet@univ-lehavre.fr
iut-sec-tc@univ-lehavre.fr

Dir. EDT / Apprentissage – caroline.milcent-montier@univ-lehavre.fr
Directeur des études BUT 3 – riva-vianney.m-boumba@univ-lehavre.fr