

**Management d'événements**

***Profil d'enseignement et programme détaillé***

Année académique 2017-2018

# Sommaire

Profil d'enseignement du Master en Communication - Management d'événements	3
Grille de programme du Master en ME	5
Descriptif des unités d'enseignement du Bloc 1	6
Référentiel de compétences	29

# Profil d'enseignement

Au fil de sa formation de master en Communication – Management d'événements, l'étudiant se prépare à exercer son activité dans tout type d'organisation publique ou privée, marchande ou non marchande, nationale ou internationale, de petite, moyenne ou grande taille. Il acquiert une capacité d'écoute des acteurs et d'analyse des différents facteurs qui conditionnent son action de gestion et de communication en amont. Grâce à sa pratique constante du travail en groupe, il apprend à coordonner, voire à gérer une équipe, dans le respect de la diversité ethnique, culturelle ou linguistique.

Les nombreux travaux pratiques lui permettent de comprendre en profondeur et de pratiquer la résolution de problèmes de communication et de la gestion de projets d'organisation. C'est à cette fin qu'il acquiert la maîtrise des langages spécifiques aux différents secteurs de l'événement tels que les RH, la gestion du risque et la sécurité, la créativité, les questions juridiques, le financement et la commercialisation, les différentes techniques, la logistique, etc. Les technologies de l'information et de la communication, au même titre que la prise de parole et l'écriture de documents professionnels, constituent pour lui des outils familiers.

L'étudiant de master en Communication – Management d'événements est formé à veiller en permanence à la légitimité de son action et à permettre aux publics ciblés par sa communication d'être « informés, concernés, responsables et solidaires », selon les termes du code de déontologie d'Athènes. Dans sa pratique, il sera également amené à suivre au plus près la norme ISO20121 en matière de gestion d'événements.

Le master en Communication – Management d'événements est délivré conjointement par l'Institut des hautes des communications sociales (Haute école Galilée ) et par l'Université libre de Bruxelles.

Par rapport à ces objectifs de formation, les deux blocs du Master s'articulent autour de trois grands groupes d'unités d'enseignement indispensables à l'exercice du métier.

## **1. Les unités d'enseignement des fondements de la gestion de projet**

L'étudiant acquiert les bases de sa future pratique professionnelle. Il peaufine sa maîtrise des techniques et de gestion de projets. Il développe aussi ses capacités d'analyse, de vision systémique et analytique de systèmes complexes.

## **2. Les unités d'enseignement de communication événementielle**

Ce groupe d'unités d'enseignement prépare les étudiants à la traduction de la demande du « client » en termes de stratégie de communication, ainsi qu'à la réalisation du matériel nécessaire à une campagne de communication. L'étudiant est placé en situation comparable à la réalisation d'une commande dans la réalité professionnelle, grâce à une pédagogie du projet intensive et immersive.

## **3. Les unités d'enseignement des domaines d'application de l'événement**

Dans cet ensemble d'unités d'enseignement, l'étudiant acquiert la connaissance et la maîtrise des principaux champs auxquels s'applique l'événement. Ces différents domaines d'application concernent soit les commanditaires de l'événement et les publics cibles (sponsoring et commercialisation), soit des techniques et métiers spécifiques liés à l'événement (comptabilité, gestion du risque, droit, enjeux digitaux).

## Master en Communication – Management d'événements

### MA bloc 1

### MA bloc 2

#### Fondement de la gestion de projets

<p>Fondement de la gestion de projets</p> <p>Gestion de projets 1 : Méthodologie et principes [PROJ2111], 5 crédits</p> <p>Gestion de projets 2 : techniques spécifiques à l'événementiel [PROJ2125], 5 crédits</p> <p>Gestion des ressources humaines [GERH2123], 5 crédits</p> <p>Gestion technique [TECH2116], 5 crédits</p> <p>Gestion logistique [LOGI2122], 5 crédits</p> <p>Recherche et création [RECH2115], 5 crédits</p>	<p>Préparation du TFE [TFME2211], 10 crédits</p>
--	--

#### Communication événementielle

#### Activités d'intégration professionnelle

<p>Relations presse et documents Events [DOCS2113], 5 crédits</p> <p>Communication Corporate [CORP2112], 5 crédits [ULB]</p> <p>Research and Case Studies in Events [RESE2121], 5 crédits</p>	<p>Case study [CAST2212], 10 crédits</p> <p>Stage [STME2227], 10 crédits</p> <p>TFE [MTME2228], 10 crédits</p>
---	--

#### Domaines d'application de l'événement

<p>Comptabilité appliquée au champ culturel [COMP2114], 5 crédits [ULB]</p> <p>Promotion de l'événement [PROM2124], 5 crédits [ULB]</p> <p>Risk Management [RISK2126], 5 crédits</p>	<p>Financement et sponsoring [FINS2213], 5 crédits</p> <p>Droit appliqué au champ culturel [DROI2214], 5 crédits</p> <p>Enjeux digitaux et atelier de production [ENDI2215], 5 crédits</p>
	<p><b>Cours à option, 5 crédits</b></p>
	<p>Événements écoresponsables [ECOR2216]</p> <p>City branding et city marketing [CITY2216]</p> <p>Événements de prestige [PRES2216]</p>

# Gestion de projets 1 : Méthodologie et principes

## PROJ2111 | 5 crédits | MA BLOC1 – Q1

*L'étudiant se confronte à la difficulté de la gestion de projets qui consiste à coordonner un ensemble d'actions visant un résultat défini, connu et mesurable. Un projet événementiel est limité dans le temps et comporte toujours une notion de nouveauté et de changement. Il implique différents secteurs et acteurs du monde de l'événementiel.*

*L'étudiant maîtrise la relation systémique entre les différentes actions. Il est à même de mettre en place des processus performants, d'utiliser les outils adéquats et de procéder à une évaluation continue.*

### **Enseignants**

Patrick Vandoorne

### **Acquis d'apprentissage**

Au terme de cette unité d'enseignement, l'étudiant

1. applique la vision systémique et analytique comme combinaison méthodologique performante ;
2. définit et caractérise les publics cibles ;
3. détermine des objectifs SMART et leurs critères d'évaluation. Intègre ces objectifs dans la vision du commanditaire ;
4. choisit des outils et les processus de gestion, de gouvernance de l'événement ;
5. développe un plan organisationnel afin d'assurer la complémentarité et le succès individuel et collectif au sein de l'événement ;
6. détermine l'ordre de priorité des objectifs ;
7. détermine la succession et l'interdépendance des tâches et des étapes ainsi que les échéances critiques ;
8. programme une révision régulière du chemin critique ;
9. explique les notions propres à chaque secteur de l'événement (programmation, financement, marketing, communication et production) ;
10. détermine les éléments à évaluer ;
11. établit une procédure

### **Dispositif de l'UE**

Le dispositif se décline en 28 heures de cours en présentiel, 14 heures de travaux en groupe supervisés par l'enseignant et 12h de travaux personnels.

### **Organisation de l'UE**

L'activité d'apprentissage comprend deux parties. Dans un premier temps, des notions théoriques liées à la gestion de projet et à la gouvernance sont définies et contextualisées.

Dans un deuxième temps, l'étudiant se livre à des exercices pratiques seul et en groupe.

Les temps ne sont pas définis ici dans un ordre chronologique, mais pédagogique. L'activité d'apprentissage mêle les deux parties durant le quadrimestre.

### **Évaluation de l'UE**

L'évaluation prend la forme d'un examen oral de 15 minutes précédé d'une préparation de 30 à 45 minutes. Lors de la préparation, l'étudiant est amené notamment à réaliser un exercice qui sera ensuite présenté à l'enseignant.

### **Ressources disponibles**

Les supports de cours sont disponibles en ligne pour les étudiants.  
Listes d'ouvrages de référence.

### **Situation de l'UE**

Ni prérequis, ni corequis.

# Communication corporate I

CORP2112 | 5 crédits | MA BLOC1 – Q1

*Les étudiants sont confrontés à la dimension stratégique de la communication d'organisation. Ils apprennent à prendre en compte les facteurs qui déterminent le choix du public et des messages qui lui seront adressés.*

## **Enseignants**

Alexander Kondratov

## **Acquis d'apprentissage**

Au terme de l'unité d'enseignement, l'étudiant

1. Définir et comprendre la place de la communication corporate dans la réflexion stratégique de l'entreprise et son contexte managérial
2. Adopter un regard critique sur l'usage de la communication corporate, comprendre ses atouts et ses faiblesses
3. Réaliser une analyse approfondie des enjeux de communication corporate, de ses publics et de ses médias, identifier les acteurs de la communication corporate en entreprise et en agence
4. Savoir les particularités de la communication corporate en fonction de différents champs d'application (médias, investisseur, employées etc.)
5. Développer une stratégie et un plan de communication corporate ayant pour objectifs : la gestion d'une crise, la gestion de la réputation, la gestion du changement, la construction de l'identité et des valeurs
6. Savoir réaliser un message adapté au contexte et au public, savoir choisir un média, savoir construire l'argumentaire stratégique et budgétisation de la campagne de la communication corporate

## **Dispositif de l'UE**

Le dispositif se décline en activité d'apprentissage de 60 heures de cours. Il s'agit de 20 heures de cours théorique en présentiel, 20 heures d'exercices pratiques accompagnés par l'enseignant et 20 heures de travaux personnels.

## **Organisation de l'UE**

L'activité d'apprentissage de la Communication corporate comprend trois parties.

Dans un premier temps, les concepts clés (stratégie, identité corporate, image corporate, communication de crise, stakeholder, gouvernance corporate etc.) dans la communication corporate sont définis et contextualisés.



## **Organisation de l'UE**

Dans cette partie du cours, les étudiants se familiarisent avec les facteurs qui ont contribué à l'apparition de la communication corporate, ses tendances et ses enjeux. Également, les étudiants apprennent les fondements théoriques de la communication corporate (agenda building et agenda setting, la théorie de la complexité, image repair théorie, théorie du capital social).

Dans un deuxième temps, les étudiants mettent en pratique de la communication corporate. Il s'agit de comprendre les champs d'application dans la communication corporate, ses enjeux, ses publics, l'usage des différents outils de la communication. Les étudiants comprennent la différence entre la communication externe et interne. Ils s'accoutument avec l'organisation et la gestion de la communication corporate et avec les méthodes et les outils de l'évaluation de la réputation corporate. Ils comprennent les effets de la communication (stakeholders analyses, audite communicationnel de l'entreprise etc.). Les étudiants prennent connaissance des nouvelles tendances de la communication corporate dans le contexte de la montée en puissance des médias sociaux.

Dans un troisième temps, les étudiants se livrent à des exercices pratiques. Ils étudient les cas concrets d'usage de la communication corporate, apprennent à élaborer les réflexions stratégiques sur le plan de la communication corporate. Les étudiants apprennent à identifier les enjeux et les parties prenantes du plan de la communication, à créer un message de communication corporate en fonction du public et des médias. Ils s'initient à évaluer les retombées de leurs actions.

## **Évaluation de l'UE**

L'activité d'apprentissage liée à la communication corporate est évaluée dans les conditions suivantes : un exercice pratique à réaliser (60% de la note finale), l'examen final (40% de la note finale).

L'exercice pratique portera sur la réalisation du plan de la communication corporate (publics, facteur, message, médias utilisés, construction de l'argumentaire stratégique). Les étudiants démontreront sa capacité de synthèse et de rédaction.

L'examen final portera sur la théorie étudiée en cours, ses notions clés, sur les champs d'application de la communication corporate. La rédaction du document court sur la résolution de la situation de la communication de crise sera aussi demandée.

## **Ressources disponibles**

Les supports de cours sont disponibles au format électronique sur l'e-campus.

Toutes les vidéos utilisées en cours peuvent être visionnées à tout moment par l'étudiant.

## **Situation de l'UE**

Ni prérequis, ni corequis.

# Relations presse et documents Events

DOCS2113 | 5 crédits | MA BLOC1 – Q1

*L'étudiant maîtrise les techniques de rédaction des principaux types de documents Events. Il est apte à choisir le plan de rédaction le plus adéquat en fonction de ses objectifs et des publics cibles de sa communication. Conscient des différentes facettes du métier de journaliste, il est capable de rédiger des communiqués de presse informatifs et pertinents. Il organise également des conférences de presse efficaces.*

## **Enseignants**

Sophie Lambert et Valérie Lemaître

## **Acquis d'apprentissage**

Au terme de cette unité d'enseignement, l'étudiant :

1. veille au caractère éthique et déontologique de sa pratique ;
2. identifie les leaders d'opinion formels et informels ;
3. capte les signaux faibles ou implicites et en décode la complexité ;
4. identifie les sources d'information ;
5. sait convaincre le décideur d'intégrer la communication dans la gestion stratégique de l'organisation ;
6. est capable d'assurer le relai de l'information de la base opérationnelle vers le décideur ;
7. rédige des documents d'aide à la décision ;
8. peut apporter au décideur un éclairage communicationnel sur les situations de résolution de problèmes, de crises et de conflits ;
9. veille à une complète cohérence entre les objectifs visés, les publics ciblés, les messages émis et les moyens mis en œuvre ;
10. conçoit et rédige des documents professionnels ;
11. rédige des communiqués de presse efficaces et informatifs ;
12. organise des conférences de presse attractives et informatives ;
13. adapte son message à la spécificité de chaque média ;
14. évalue les retombées d'une action médiatique ;
15. gère l'information sur les réseaux sociaux.

## **Dispositif de l'UE**

Le dispositif se décline en deux activités d'apprentissage de 30 heures de cours chacune : Relations presse et Rédaction de documents Event. L'activité Relations presse se subdivise en 10 heures de cours théorique, 12 heures de cours pratique et 8 heures de travail de groupe. L'activité documents Event se subdivise en 18 heures de cours théorique, 6 heures d'exercices pratiques accompagnés par l'enseignant et 6 heures de travaux personnels.

## **Organisation de l'UE**

L'activité d'apprentissage Relations presse comprend trois parties. Dans un premier temps, des notions théoriques liées au métier sont définies et contextualisées. Il est également demandé de déterminer clairement dans quel contexte médiatique l'étudiant est amené à travailler.

Dans un deuxième temps, l'étudiant se familiarise avec les différents outils de l'attaché de presse, du porte-parole ou du chargé de communication. Il apprend à évaluer les retombées de son action.

Dans un troisième temps, l'étudiant se livre à des exercices pratiques et affine sa perception du métier au contact de professionnels invités à intervenir au cours.

Pour ce qui concerne l'activité d'apprentissage Relations presse :

1. Exercices de rédaction de communiqué de presse ;
2. Ecriture pour le WEB et les réseaux sociaux ;

Pour ce qui concerne l'activité d'apprentissage Rédaction de documents Event, elle s'articule autour d'une montée graduelle en complexité.

3. Le récepteur au centre du message;
4. Le message : de la pertinence de sa conception à son émergence ;
5. Le processus de rédaction dicté par la cible ;
6. paragraphe : rédaction et structuration ;
7. plans: fonction et structuration ;
8. Ecrits « papier » pour réussir son entrée dans le monde professionnel ;
9. CV et lettre de motivation ;
10. rapport de stage, mémoire projet et mémoire de recherche ;
11. Ecrits « papier » quotidiens du monde professionnel ;
12. prise de note et compte-rendu
13. Ecrits « papiers » plébiscités par les grosses organisations ;

14. Note de service, note interne et rapport ;
15. Note de synthèse, analyse de dossier ;
16. Ecrits « parlés » ;
17. Ecrits « web » ;
18. Documents « Event » : les analyser pour les améliorer.

### **Évaluation de l'UE**

L'activité d'apprentissage liée aux Relations presse est évaluée dans les conditions suivantes : deux exercices pratiques individuels (25% par exercice), la rédaction d'un communiqué de presse et dossier de presse sur base d'un cas d'actualité. Un travail de groupe - organisation d'un événement presse - complète la note (50%).

Quant à l'activité d'apprentissage liée à la rédaction de documents Event, elle fait l'objet d'une évaluation écrite en trois parties : un exercice réalisé au cours (25%), un exercice réalisé hors cours (25%) et un examen écrit - écriture d'un rapport - (50%)

La note finale de l'UE est constituée de la moyenne des notes des deux activités d'apprentissage.

### **Ressources disponibles**

Les supports de cours sont disponibles en ligne pour les étudiants. Ils reprennent les éléments théoriques et les exercices faits au cours.

### **Situation de l'UE**

Ni prérequis, ni corequis.

# Comptabilité appliquée au champ culturel (ULB)

## COMP2114 | 5 crédits | MA BLOC1– Q1

Voir la fiche de cours de l'ULB.

[http://banssbfr.ulb.ac.be/PROD\\_frFR/bzscrse.p\\_disp\\_course\\_detail?cat\\_term\\_in=201718&subj\\_code\\_in=GECU&crse\\_num\\_in=D400&PPAGE=ESC\\_PROGCAT\\_AREREQ&PPROGCODE=-MA-PGECU&PAREA=M-PGECUS&PARETERM=201718&P-TERM=201718](http://banssbfr.ulb.ac.be/PROD_frFR/bzscrse.p_disp_course_detail?cat_term_in=201718&subj_code_in=GECU&crse_num_in=D400&PPAGE=ESC_PROGCAT_AREREQ&PPROGCODE=-MA-PGECU&PAREA=M-PGECUS&PARETERM=201718&P-TERM=201718)

### **Enseignants**

Max Bienfait

### **Situation de l'UE**

Ni prérequis, ni corequis.

## Recherche et création

### RECH2115 | 5 crédits | MA BLOC1 – Q1

*L'étudiant est amené à rechercher de nouveaux défis, projets, nouvelles idées et façons de faire.*

*Il fait preuve d'originalité et de flexibilité dans la production d'idées, de solutions et de stratégies qu'il concrétise dans les programmes et fils rouges de ses projets événementiels.*

*Il maîtrise les conditions et les méthodes créatives.*

*Il maîtrise les méthodes de résolution de problèmes.*

#### **Enseignants**

Jérôme Ramacker

#### **Acquis d'apprentissage**

Au terme de cette unité d'enseignement, l'étudiant :ort au sens et à la pertinence de ses savoirs et de ses pratiques ;

1. démontre un esprit ludique ;
2. compose avec un grand nombre d'idées ou plusieurs éléments à la fois ;
3. associe, superpose des idées, des concepts et des éléments diversifiés et disparates dans la recherche de solutions et d'innovation. Instaure un climat et une culture propices à la créativité, à l'innovation et à l'expérimentation ;
4. accueille les nouvelles idées et les situations y compris celles qui sont farfelues ou perturbatrices avec ouverture et curiosité ;
5. accepte la critique constructive ;
6. est en recherche de projets, d'idées, de nouvelles façons de faire.
7. sort des sentiers battus : remet en question le cadre établi ;
8. remet en question les méthodes, les approches et les modes de fonctionnement en usage ;
9. concrétise ses inspirations et ses idées ;
10. s'implique dans la résolution de nouveaux problèmes ;
11. transforme ses recherches en stratégie opérationnelle.

#### **Dispositif de l'UE**

L'activité d'apprentissage comprend trois parties. Dans un premier temps, des notions théoriques liées à la créativité sont définies et contextualisées.

Dans un deuxième temps, l'étudiant se familiarise avec les différents outils de création et de résolution de problèmes.

Dans un troisième temps, l'étudiant se livre à des exercices pratiques en groupe.

Les temps ne sont pas définis ici dans un ordre chronologique, mais pédagogique. L'activité d'apprentissage mêle les trois parties durant le quadrimestre.

### ***Évaluation de l'UE***

L'évaluation de l'activité d'apprentissage se fait sur base de la remise d'un travail de groupe (20% des points) et d'un examen écrit individuel (80% des points).

### ***Ressources disponibles***

Une liste d'ouvrages de référence et les supports utilisés par l'enseignant seront disponibles en ligne.

### ***Situation de l'UE***

Ni prérequis, ni corequis.

# Gestion technique

## TECH2116 | 5 crédits | MA BLOC1 – Q1

*L'étudiant maîtrise le langage spécifique lié aux différents métiers techniques de l'événement. Il connaît les principaux éléments pratiques et techniques. Il est ainsi crédible et efficace sur le terrain.*

### **Enseignants**

Christophe Gabriel

### **Acquis d'apprentissage**

Au terme de cette unité d'enseignement. L'étudiant :

1. conçoit l'espace (public, technique et organisationnel) ;
2. maîtrise les principes de base de la captation et de la diffusion sonore;
3. maîtrise les principes de base de la captation et de la diffusion visuelle ;
4. maîtrise les principes de base de l'éclairage ;
5. Principe de base d'implantation de structures provisoires (podium, chapiteau, mobilier, etc.) ;
6. maîtrise les principes de base en matière d'eau, de gaz et d'électricité;
7. comprend et analyse des devis techniques.

### **Dispositif de l'UE**

Le dispositif se décline en 36 heures de cours en présentiel avec des interventions et témoignages de professionnels. 12 heures sont consacrées à la réalisation, en groupe de 4-5, d'un dossier d'analyse technique d'un événement.

### **Organisation de l'UE**

L'UE est organisée en cinq blocs distincts, chaque bloc est consacré à une technique particulière (son, éclairage, vidéo et projection, structures et régie générale). À la fin de chaque bloc, un invité spécialiste de la matière concernée vient témoigner de sa pratique et répondre aux questions des étudiants.

### **Évaluation de l'UE**

Un travail de groupe (dossier d'analyse sur observation) compte pour 20% des points de la note finale. Un examen écrit (QCM et questions ouvertes) compte pour les 80% restants.

### **Ressources disponibles**

Les supports de cours sont disponibles en ligne pour les étudiants.

### **Situation de l'UE**

Ni prérequis, ni corequis.



# Research and Case Studies in Events (cours similaire à RP à l'IHECS)

RESE2121 | 5 crédits | MA BLOC1– Q2

*L'étudiant analyse les différentes utilisations de la narration dans la communication de plusieurs organisations. Il en identifie les leviers conscients et inconscients. Il s'approprie les méthodes et techniques du storytelling et les combine avec celles en vigueur dans le processus de ludification de la communication.*

*La dimension interculturelle est également articulée à cet apprentissage.*

## **Enseignants**

à désigner : en anglais

## **Acquis d'apprentissage**

Au terme de cette unité d'enseignement, l'étudiant :

1. se repère dans les rapports sociaux ;
2. analyse les différentes utilisations liant processus de gestion et processus créatif ;
3. appréhende la diversité culturelle au sein d'une organisation ;
4. comprend, analyse et intègre les mécanismes du changement;
5. veille à une complète cohérence entre les objectifs visés, les publics ciblés, les messages émis et les moyens mis en œuvre ;
6. est à même de susciter les échanges interculturels au sein de son équipe ;

## **Dispositif de l'UE**

Le dispositif se décline en 36 heures de cours en présentiel, 12 heures de travaux personnels supervisés par l'enseignant et 12 heures de travaux personnels.

Pour cette unité d'enseignement, la langue d'enseignement et de travail est l'anglais.

## **Organisation de l'UE**

L'unité d'enseignement repose sur trois piliers : le storytelling, la gamification et la communication interculturelle. (À préciser avec l'enseignant qui sera sélectionné).

### **Storytelling for**

1. launching a new event or a new product range (case tbd) ;
2. recalling the values of an event and a company (case tbd) ;
3. creating a new mindset (case tbd);

4. securing customer engagement and loyalty (case tbd) ;
5. developing staff loyalty (case tbd) ;
6. starting a dialogue with customers (case tbd) ;
7. harassing competition (case tbd) ;
8. influencing public opinion (case tbd) ;
9. the unconscious mind ;
10. metaphoria.

#### **Gamification**

1. advergames ;
2. edugames ;
3. exergames ;
4. gameplay and consciousness ;
5. case TBD.

#### **Intercultural communication**

1. Example of an intercultural negotiation ;
2. Low- and high-context cultures ;
3. Proxemics ;
4. Hofstede's five dimensions of culture ;
5. Trompenaars and the seven dimensions of culture ;
6. Trompenaars and the four corporate culture models.

#### **Évaluation de l'UE**

À déterminer avec l'enseignant qui sera sélectionné.

#### **Ressources disponibles**

Les supports de cours sont disponibles en ligne.

#### **Situation de l'UE**

Ni prérequis, ni corequis.

# Gestion logistique

## LOGI2122 | 5 crédits | MA BLOC1 – Q2

*L'étudiant maîtrise le langage spécifique lié aux différents métiers logistiques de l'événement. Il connaît les principaux éléments pratiques et techniques. Il est ainsi crédible et efficace sur le terrain.*

*En outre, l'étudiant est capable de mener à bien une négociation. Il maîtrise les différentes phases de celle-ci ainsi que leurs spécificités propres. Il est en mesure de caractériser la position de l'autre partie et de s'y adapter.*

### **Enseignants**

Nicolas Lacroix

### **Acquis d'apprentissage**

Au terme de cette unité d'enseignement, l'étudiant :

1. conçoit l'espace (public, technique et organisationnel) ;
2. maîtrise les principes de base de la gestion des espaces, des accès et des flux du public ;
3. maîtrise les principes de base en matière d'eau, de gaz et d'électricité;
4. adopte les normes et principes en matière de sécurité alimentaire;
5. comprend les méthodes de travail du secteur HORECA ;
6. gère et planifie l'hébergement
7. conçoit et met en place un système de communication efficace pour les équipes de terrain ;
8. conçoit des briefings clairs à destination des équipes de terrain
9. conçoit une signalétique efficace, la visibilité de l'événement et des partenaires ;
10. élabore un plan de transport efficient (transport en commun, transport privé, gestion des parkings, etc.) ;
11. analyse des devis et négocie les interventions.
12. Planifie l'ensemble de ses interventions

### **Dispositif de l'UE**

Le dispositif se décline en 30 heures de cours en présentiel. 24 heures sont consacrées à la réalisation, en groupe, d'un dossier logistique d'un événement supervisé par l'enseignant. 12 heures de travaux personnels. (À préciser avec l'enseignant).

<b>Organisation de l'UE</b>	À préciser avec l'enseignant.
<b>Évaluation de l'UE</b>	À préciser avec l'enseignant.
<b>Ressources disponibles</b>	Les supports de cours sont disponibles en ligne pour les étudiants.
<b>Situation de l'UE</b>	Ni prérequis, ni corequis.

# Gestion des ressources humaines

## GERH2123 | 5 crédits | MA BLOC1 - Q2

*À la fin de ce cours, l'étudiant sera en mesure d'élaborer des stratégies efficaces de gestion des RH et d'implanter un mode de communication optimal afin de valoriser les rôles et les responsabilités de toutes les équipes de travail.*

*Il connaît les différents types de contrats liés à la législation belge.*

### **Enseignants**

à désigner. Un enseignant francophone pour la partie législation sociale, un enseignant néerlandophone pour la partie gestion d'équipe.

### **Acquis d'apprentissage**

Au terme de cette unité d'enseignement, l'étudiant :

1. connaît les différents statuts des travailleurs en Belgique et les modes de gestion possibles (bénévoles, jobistes, étudiants, employés (CDI, CDD), indépendants, artistes, intérimaires, etc.). Paiement par dimona, fiches de salaire, factures, note de frais ... Collaboration avec des sociétés telles que Smart, Tentoo, ... ;
2. travaille avec les filières d'embauche subsidiées ;
3. définit une méthodologie de choix des différents prestataires ;
4. identifie les compétences critiques à la réalisation des objectifs de l'événement ;
5. analyse l'état des ressources humaines de l'organisation ;
6. identifie ses forces et ses faiblesses en tant que leader et visionnaire ;
7. adapte ses équipes en fonctions des objectifs de l'événement et des besoins de l'organisation ;
8. précise les rôles et responsabilités dans le but de faciliter la prise de décision et minimiser les conflits ;
9. conçoit un organigramme organisationnel efficace ;
10. explique le concept de mobilisation ;
11. décrit les leviers organisationnels et les conditions qui sont favorables à un bon climat de travail ;
12. élabore un plan de mobilisation des équipes de travail afin d'en optimiser la performance ;

13. met en place un plan de communication et des processus de circulation de l'information internes à l'organisation ;
14. coordonne le travail des équipes sur le terrain. Impact de la présence des managers « on site » ;
15. Appréhende les spécificités de gestion des artistes.

**Dispositif de l'UE**

Le dispositif se décline en 48 heures de cours en présentiel et 12 heures de travaux personnels.

**Organisation de l'UE**

À préciser avec les enseignants qui seront sélectionnés pour cette UE.

**Évaluation de l'UE**

À préciser avec les enseignants qui seront sélectionnés pour cette UE.

**Ressources disponibles**

Syllabi et supports de cours sont disponibles en ligne pour les étudiants.

Listes d'ouvrages de référence. À compléter avec les enseignants qui seront sélectionnés pour cette UE.

**Situation de l'UE**

Ni prérequis, ni corequis.

## Promotion de l'événement (ULB)

PROM2124 | 5 crédits | MA BLOC1 – Q2

*L'étudiant maîtrise les différentes techniques de commercialisation et d'exploitation de l'événement.*

*Il mène des négociations commerciales performantes.*

*Il choisit les « sales tools » adaptés à son projet événementiel.*

### **Enseignants**

à désigner, post-doc sélectionné conjointement avec l'ULB

### **Acquis d'apprentissage**

Au terme de l'unité d'enseignement, l'étudiant

1. évalue les caractéristiques de l'événement ;
2. évalue les marchés cibles potentiels ;
3. évalue les événements concurrents ;
4. évalue les retombées économiques et sociales de l'événement ;
5. définit un message marketing pour chaque cible ;
6. construit une stratégie de commercialisation et le traduit en plan opérationnel ;
7. fixe les objectifs de vente ;
8. gère les données clients dans un système dynamique et intégré ;
9. fixe le matériel nécessaire à la promotion ;
10. détermine le style du matériel promotionnel ;
11. établit un calendrier de promotion et de distribution ;
12. gère le merchandising lié à l'événement ;
13. respecte le cadre juridique lié à ses actions ;
14. met en place des systèmes de réservation en ligne et de billetterie ;
15. comprend l'importance de la gestion des données (CRM).

### **Dispositif de l'UE**

24 heures de cours en présentiel.

### **Organisation de l'UE**

À préciser avec l'enseignant qui sera sélectionné pour cette UE.

<b>Évaluation de l'UE</b>	À préciser avec l'enseignant qui sera sélectionné pour cette UE.
<b>Ressources disponibles</b>	Syllabus de cours. À compléter avec l'enseignant qui sera sélectionné pour cette UE.
<b>Situation de l'UE</b>	Ni prérequis, ni corequis.



## Gestion de projets 2 : techniques spécifiques à l'événementiel

PROJ2125 | 5 crédits | MA BLOC1 – Q2

*L'étudiant se confronte à la difficulté de la gestion de projets qui consiste à coordonner un ensemble d'actions visant un résultat défini, connu et mesurable. Un projet événementiel est limité dans le temps et comporte toujours une notion de nouveauté et de changement. Il implique différents secteurs et acteurs du monde de l'événementiel.*

*L'étudiant maîtrise la relation systémique entre les différentes actions. Il est à même de mettre en place des processus performants, d'utiliser les outils adéquats et de procéder à une évaluation continue.*

### **Enseignants**

À désigner : un enseignant néerlandophone pour les deux premières parties du dispositif, l'équipe pédagogique ME pour la troisième partie.

### **Acquis d'apprentissage**

Au terme de l'unité d'enseignement, l'étudiant

1. applique la vision systémique et analytique comme combinaison méthodologique performante ;
2. définit et caractérise les publics cibles ;
3. choisit les outils, les processus de gestion, de communication de l'événement. Élabore un dossier de production ;
4. détermine les axes de développement en lien avec les orientations et besoins spécifiques de l'événement ;
5. détermine les facteurs essentiels au succès d'un projet événementiel ;
6. détermine des tâches et des étapes précises et réalistes ;
7. développe des procédures de communication et de contrôle des données ;
8. analyse et choisit les systèmes nécessaires à la gestion et à l'archivage des données (CRM...) ;
9. mesure l'incidence de chaque secteur en rapport avec les orientations et l'image de l'événement ;
10. évalue les conséquences de l'interrelation entre tous les secteurs ;

11. adapte son plan d'action aux défis opérationnels ;
12. justifie les choix opérationnels par rapport à l'évolution de l'image et à la pérennité de l'événement.

**Dispositif de l'UE**

Le dispositif se décline en trois parties : 36 heures de cours en présentiel, 24 heures de travaux en groupe supervisés par l'enseignant. Pour ces deux premières parties, la langue d'enseignement et de travail est le néerlandais.

Enfin, 12 heures sont consacrées à la préparation et au choix du Case Study (CAST2212) du Master 2.

**Organisation de l'UE**

À préciser avec l'enseignant qui sera sélectionné pour cette UE.

**Évaluation de l'UE**

À préciser avec l'enseignant qui sera sélectionné pour cette UE. A minima, évaluation des travaux de groupe et évaluation de la théorie vue au cours qui prendra la forme d'un examen oral ou écrit.

**Ressources disponibles**

Syllabi et supports de cours sont disponibles en ligne pour les étudiants.

Listes d'ouvrages de référence. À compléter avec les enseignants qui seront sélectionnés pour cette UE.

**Situation de l'UE**

Prérequis : avoir suivi l'UE Gestion de projet 1 (PROJ 2111).

# Risk Management

## RISK2126 | 5 crédits | MA BLOC1 – Q2

À la fin de ce cours, l'étudiant sera en mesure d'analyser les différents types de risques liés à l'organisation d'événements. Il sera capable d'utiliser les outils de gestion de risques ainsi que d'assurer la gestion de la sécurité et de concevoir un plan de gestion de crise.

### Enseignants

Patrick Vandoorne

### Acquis d'apprentissage

Au terme de l'unité d'enseignement, l'étudiant

1. maîtrise les différentes catégories de risques (financier – ressources humaines – technologique – logistique – juridique...);
2. évalue les risques et travaille les hypothèses de crise ;
3. évalue les risques potentiels sur une matrice de probabilité ;
4. développe la notion de responsabilité pour chacun des acteurs ;
5. décrit les notions de safety et de security, mesure les impacts sur l'événement (logistique, communication , financement...);
6. conçoit et met en place une cellule de crise ;
7. prépare une stratégie de communication de crise ;
8. gère les relations et collabore avec les autorités et les services de secours ;

### Dispositif de l'UE

Le dispositif se décline en 24h de cours en présentiel, + 6 heures de témoignages de professionnels (risk manager d'entreprise, cellule de crise fédérale, pompiers, police fédérale). 18 heures de travaux de groupe et 12 heures de recherches personnelles.

### Organisation de l'UE

L'activité d'apprentissage de Risk Management comprend trois parties.

Dans un premier temps, les concepts clés (risques, typologie de risques, analyse de risque, indice de probabilité, etc.) sont définis et contextualisés. Dans cette partie du cours, les étudiants se familiarisent avec le « métier » de Risk Manager ses tendances et ses enjeux. Les étudiants apprennent également les fondements théoriques de la communication et de la gestion de crise. Ils prennent connaissance des différentes normes belges et européennes en la matière.

Dans un deuxième temps, les étudiants sont confrontés à des professionnels spécialisés dans la prévention et la gestion des risques en événementiel.

Dans un troisième temps, les étudiants réalisent un travail d'analyse en groupe. Ils étudient un cas concret d'événement auquel ils appliquent la méthodologie de gestion de risques vue au cours.

**Évaluation de l'UE**

Un travail de groupe (dossier d'analyse) compte pour 40% des points de la note finale. Un examen oral compte pour les 60% restants.

**Ressources disponibles**

Syllabus de cours et supports de cours seront disponibles en ligne.

**Situation de l'UE**

Ni prérequis, ni corequis.

# Référentiel de compétences

## Master en communication appliquée spécialisée – Animation socioculturelle et éducation permanente

La formation débouchant sur le titre de master en Communication – Management d'événements est organisée dans le cadre du Décret du 31 mars 2004 de la Communauté française, définissant l'enseignant supérieur, favorisant son intégration dans l'espace européen de l'enseignement supérieur et refinançant les universités. Il y est précisé que les objectifs généraux de ce type d'enseignement sont : « préparer les étudiants à être des citoyens actifs dans une société démocratique, préparer les étudiants à leur future carrière et permettre leur épanouissement personnel, créer et maintenir une large base et un haut niveau de connaissances, stimuler la recherche et l'innovation ».

Le master en Communication – Management d'événements organisé par l'enseignement supérieur de type long correspond au niveau 7 du Cadre européen de certification.

Le master en Communication – Management d'événements est à même d'exercer son activité dans tout type d'organisation publique ou privée, marchande ou non marchande, nationale ou internationale, de petite, moyenne ou grande taille. Professionnellement, le master en Communication – Management d'événements se caractérise par sa capacité d'écoute des acteurs et d'analyse des différents facteurs qui conditionnent ses actions de gestion et de communication. Il exerce une profession à forte composante managériale et est, à ce titre, souvent amené à coordonner, voire à gérer une équipe.

La pratique du métier de responsable en gestion de l'événement s'articule autour de la gestion de projets d'organisation et de la résolution de problèmes de communication. L'action du master en Communication – Management d'événements revêt dès lors une dimension stratégique importante, au sens où elle est intimement liée aux décisions de la direction générale ou d'un commanditaire tant public que privé. Il agit comme interface entre toutes les parties prenantes au devenir du projet, à l'interne comme à l'externe. Pour ce faire, il comprend et maîtrise les langages spécifiques aux différents médias de la communication. Les technologies de l'information et de la communication constituent pour lui des outils familiers.

Il comprend et maîtrise les langages spécifiques des différents métiers (techniques, comptabilité, juridique, gestion du risque, etc.) qui seront des parties prenantes essentielles à la réalisation du projet événementiel.

## **1. Évaluer, questionner et actualiser son savoir et ses pratiques**

- 1.1. Prendre un recul critique par rapport à sa pratique, dans un souci d'éthique professionnelle et d'actualisation permanente de ses connaissances ;
- 1.2. Évaluer et actualiser en permanence ses connaissances et ses compétences ;
- 1.3. Articuler à ses connaissances les apports de disciplines différentes ;
- 1.4. Fédérer les apports de disciplines différentes pour la réalisation de projets de recherche appliquée et dans la recherche de pratiques innovantes.

## **2. Écouter le corps social et comprendre son fonctionnement**

- 2.1. Se repérer dans les rapports sociaux et comprendre la complexité des organisations;
- 2.2. Constituer et entretenir un réseau de relations internes et externes ;
- 2.3. Appréhender la diversité culturelle au sein d'une organisation ;
- 2.4. Reconnaître le contexte et la dynamique de l'environnement dans lequel évolue un événement (culture d'entreprise, micro et macro culture).

## **3. Concevoir la stratégie de son projet événementiel**

- 3.1. Maîtriser les principales méthodologies de gestion de projet et de planification stratégique ;
- 3.2. Appréhender l'événement comme un système dynamique et interactif ;
- 3.3. Porter un jugement d'efficacité sur les composantes de l'événement et gérer les interrelations ;
- 3.4. Mettre en place une méthodologie de gestion des risques (modèle FERMA) ; élaborer des stratégies de sécurité (safety et security) efficaces et réalistes,
- 3.5. gérer les aspects éthiques, juridiques et légaux liés à l'événement ;
- 3.6. Intégrer des stratégies de développement durable à la gestion événementielle afin d'organiser des événements écoresponsables.

## **4. Concevoir et planifier son projet événementiel**

- 4.1. Concevoir, planifier et mettre en œuvre des événements de tous types ;
- 4.2. Établir une estimation claire et précise des ressources humaines, matérielles et financières dont il a besoin pour la réalisation d'un projet donné et en dresser l'échéancier ;
- 4.3. Élaborer des stratégies efficaces de gestion des RH ; encadrer et organiser le travail des membres de son équipe, en veillant à les motiver et à les inciter au partage d'expérience et aux échanges ;
- 4.4. Intégrer les langages spécifiques et les composantes techniques et logistiques des différents secteurs de l'événementiel ;
- 4.5. Concevoir un plan de crise et gérer les relations avec les autorités et les services de secours (public et privé).

## **5. Manager son projet événementiel**

- 5.1. Assurer la remontée de l'information de la base opérationnelle vers le décideur ;
- 5.2. Rédiger des outils d'aide à la décision performants ;
- 5.3. Prendre et/ou conseiller le décideur dans la gestion stratégique de l'organisation ;
- 5.4. Gérer des équipes pluridisciplinaires et implanter un mode de communication optimal ;
- 5.5. Valoriser la contribution de chaque membre de son équipe, susciter la prise de responsabilités et la recherche de l'innovation.

## **6. Concevoir et mettre en œuvre la communication liée au projet**

- 6.1. Mener à bien une analyse prospective des facteurs susceptibles d'influencer sa communication ;
- 6.2. Élaborer des stratégies d'utilisation des médias ;
- 6.3. Élaborer des plans de communication structurés par étapes, basés sur des objectifs réalistes et mesurables, à destination d'un public ciblé et autour de messages performants.

## **7. Évaluer le projet événementiel**

- 7.1. Identifier les tendances du marché ;
- 7.2. Maîtriser les méthodes et techniques d'évaluation de l'impact de ses actions et de l'image de l'organisation ;
- 7.3. Mettre en place et animer une veille stratégique autour des activités de son organisation, notamment sur les réseaux sociaux.