

EXECUTIVE MASTER EN MANAGEMENT D'ÉVÉNEMENTS

2018 -2019



En partenariat avec :



Institut de tourisme
et d'hôtellerie
Québec 

ACADEMY

IHECS

Journalism & Communication



EXECUTIVE MASTER EN MANAGEMENT D'ÉVÉNEMENTS

Le secteur de l'événementiel a véritablement émergé dans les années 80 pour devenir aujourd'hui un pôle d'activités très important avec un nombre d'acteurs croissant et ce dans des domaines aussi divers que les salons, foires, événements culturels et sportifs, incentives, congrès et séminaires, portes ouvertes, festivals, tourisme d'affaires... sans oublier l'organisation d'événements cérémoniels.

Aujourd'hui l'événementiel est devenu un mode de communication à part entière qui fait appel à des compétences nombreuses et variées et nécessite un travail en équipe pluridisciplinaire. Outre les aspects créatifs (imagination), logistiques (transport, catering, etc.) ou techniques (son, lumière, techniques spéciales, etc.), il est nécessaire d'avoir dans l'encadrement de véritables professionnels de l'organisation. Des associations comme l'EMA (Events Managers Association), la BAPEO (Brussels Association of Public Events Operators) ou encore l'ACCbelgium (Association of Communication Companies) illustrent cette nécessité de professionnalisation du secteur.

La Belgique, carrefour de l'Europe et Bruxelles, capitale européenne, accueille de plus en plus d'événements internationaux. De nombreuses entreprises implantées en Belgique organisent des événements à l'étranger et des sociétés étrangères font régulièrement appel aux spécialistes belges pour organiser des événements sur l'ensemble du territoire européen, voire au-delà.

La formation proposée, conçue en partenariat avec Festivals et Événements Québec (FEQ) et l'Institut de Tourisme et d'Hôtellerie du Québec (ITHQ), prépare aux rôles et fonctions de gestion supérieure d'événements : planification stratégique, gestion de projet, gestion des risques, gestion financière, gestion des RH, éco responsabilité, gestion administrative, gestion sur le terrain, etc.

Outre cette collaboration internationale, IHECS Academy s'est assuré le soutien de partenaires de choix disposés à proposer des stages aux étudiants. Il s'agit de :

Brussels Major Events, Association of Communication Companies, Brussels Association for Public Events Operators, Association Belge de la Communication Interne, etc.

OBJECTIFS

- Appréhender l'événement comme un système dynamique et interactif.
- Porter un jugement d'efficacité sur les composantes de l'événement et gérer les interrelations.
- Reconnaître le contexte et la dynamique de l'environnement dans lesquels évolue un événement (culture d'entreprise, micro et macro culture).
- Évaluer les opportunités, mettre en avant un plan stratégique pour son organisation.
- Savoir identifier les tendances du marché.
- Fixer des objectifs SMART (spécifique, mesurable, atteignable, réaliste, défini dans le temps) et élaborer des stratégies efficaces pour les atteindre.
- Concevoir, planifier et mettre en œuvre des événements de tous types.
- Déterminer et assurer la gestion des moyens (humains, matériels et financiers).
- Concevoir et mettre en œuvre un plan de communication et de gestion de l'information.
- Élaborer des stratégies d'utilisation des médias.
- Évaluer l'impact des actions événementielles sur l'image de l'organisation.
- Élaborer des stratégies efficaces de gestion des ressources humaines. Manager des équipes pluridisciplinaires et implanter un mode de communication optimal.
- Élaborer des stratégies de sécurité (safety et security) efficaces et réalistes, concevoir un plan de crise et gérer les relations avec les autorités et les services de secours (public et privé).
- Gérer les aspects éthiques, juridiques et légaux liés à l'événement.
- Intégrer des stratégies de développement durable à la gestion événementielle afin d'organiser des événements éco-responsables.
- Mettre en place des systèmes et outils d'évaluation continue des événements.

DURÉE

- Cours, ateliers, séminaire: de septembre 2018 à août 2019
- Horaire (280 heures) décalé : deux soirs par semaine (18 à 21 heures) et un samedi sur 2 (10 à 17 heures). L'horaire décalé permet de concilier activité professionnelle et études.
- Stage professionnalisant (facultatif): l'étudiant qui le souhaite peut effectuer un stage couvert par l'école pendant la durée de la formation.



PUBLIC CONCERNÉ ET ADMISSIBILITÉ

- Employés ou freelances travaillant déjà pour des sociétés organisatrices de grands événements ou dans des agences de communication et de relations publiques.
- Responsables de communication événementielle dans les entreprises.
- Diplômés de l'IHECS, de l'enseignement supérieur en communication et marketing et des autres universités belges (UCL, ULB, ULg...) et étrangères. (Pour les bacheliers, admission sur base du dossier de candidature, une attention toute particulière sera accordée à la **lettre de motivation** et à l'**expérience** déjà acquise).

DÉBOUCHÉS

Les professionnels du secteur recherchent des profils de managers d'événements, capables d'avoir une vision globale des projets et d'en gérer tous les aspects. Ces managers sont particulièrement prisés dans les secteurs suivants :

- Agences de communication B2B
- Agences d'organisation d'événements
- Entreprises
- Secteur hôtelier
- Secteur public (tourisme, transport, etc.)
- Secteur culturel (festival, concert, etc.)
- Gestionnaire de salles, centres de congrès et salons, etc.



Dans le but de mettre à profit les qualités de gestionnaires des candidats, la formation théorique appliquée à l'industrie de l'événement est ponctuée de mises en situation et d'études de cas.

DIPLÔMES

L'Executive Master en Management d'Événements est sanctionné, au bout d'une année de formation, par un certificat délivré conjointement par l'IHECS, FEQ et l'ITHQ.

Soixante crédits ECTS sont attribués à ce master spécialisé.

COÛT

- Droits de scolarité : **3.450 euros** pour l'ensemble de la formation.
- Les frais pour l'achat de livres ne sont pas inclus.



PRÉ-REQUIS

Une bonne maîtrise du français et de l'anglais. Les cours de l'Executive Master sont donnés majoritairement en français. Des documents en anglais sont régulièrement transmis par les formateurs. Dans son dossier de candidature, l'étudiant est invité à faire la preuve d'une maîtrise suffisante de ces deux langues sur l'échelle officielle Européenne.

NIVEAU EXIGÉ :

Français : C2 | Anglais : B2 . Le candidat qui ne connaît pas son niveau peut passer un test via un centre de langues.

LISTE DES MODULES

8 MODULES	
1. L'ÉVÉNEMENT : UN NOUVEAU MODE DE COMMUNICATION ENVIRONNEMENT ET ENJEUX STRATÉGIQUES	44H
2. GESTION D'UN PROJET D'ÉVÉNEMENT : CHOISIR UNE MÉTHODOLOGIE, DÉFINIR UN PUBLIC, DES OBJECTIFS ET ÉLABORER UN CONCEPT NOVATEUR ET CRÉATIF	44H
3. GESTION DE L'ÉVÉNEMENT : STRATÉGIES DE MARKETING ET DE FINANCEMENT	42H
4. GESTION DE L'ORGANISATION : CHOIX ET MOBILISATION DES ÉQUIPES	44H
5. LA GESTION TECHNIQUE DE L'ÉVÉNEMENT	18H
6. LA GESTION DE L'ÉVÉNEMENT SUR LE TERRAIN	40H
7. L'ORGANISATION D'ÉVÉNEMENTS ÉCO RESPONSABLES	24H
8. RISK MANAGEMENT	24H
TOTAL	280H

SÉMINAIRE

Un séminaire résidentiel d'un week-end est organisé en novembre sur les thèmes de la négociation et de la prise de parole en public.

Un séminaire non-résidentiel d'un week-end sur les réseaux sociaux est organisé en mai.

DESCRIPTION DES COURS

MODULE 1 L'ÉVÉNEMENT : UN NOUVEAU MODE DE COMMUNICATION. ENVIRONNEMENT ET ENJEUX STRATÉGIQUES

OBJECTIF :

Comprendre les mécanismes de développement du secteur. Analyser les composantes économiques et sociétales qui peuvent influencer la performance d'un événement.

CONTENU :

- L'événement, phénomène sociétal en expansion. Le besoin de rassemblement et le culte de la célébration.
- Expliquer le champ de la communication dans les organisations.
- Expliquer les notions de culture d'entreprise, macro et microculture et les impacts sur l'événement. Différence entre politique et culture d'entreprise.
- Choisir les outils d'analyse des composantes de l'environnement et mesurer les impacts directs sur l'événement.
- Décrire les grandes tendances, passées, présentes et futures, et les facteurs contemporains ainsi que le rayonnement des événements pour mieux saisir les impacts associés.
- Catégoriser les principaux produits événementiels, leurs besoins, leur contexte, leurs enjeux et les publics cibles.
- Expliquer les différents modèles d'affaires afin d'être en mesure de proposer le plus adéquat selon un contexte donné.
- Décrire les différents secteurs actifs en événementiel et reconnaître les intérêts et les incidences de ces parties prenantes sur les objectifs de l'événement. Les chiffres-clés du secteur en Belgique et en Europe.
- Reconnaître les spécificités et incidences d'un public multiculturel et multilingue.

1

MODULE 2
GESTION D'UN
PROJET
D'ÉVÉNEMENT :
CHOISIR UNE
MÉTHODOLOGIE,
DÉFINIR UN PUBLIC,
DES OBJECTIFS
ET ÉLABORER UN
CONCEPT NOVATEUR
ET CRÉATIF

2

OBJECTIF :

Fixer des objectifs, élaborer un concept et en assurer une gestion synergique et créative.

CONTENU :

- Expliquer la vision systémique et analytique comme combinaison méthodologique performante.
- Définir et caractériser les publics cibles.
- Déterminer des objectifs SMART et leurs critères d'évaluation. Intégrer ces objectifs dans la vision du commanditaire.
- Élaborer un concept créatif en adéquation avec les objectifs.
- Identifier des mécanismes novateurs et performants pour favoriser la créativité.
- Choisir les outils et les processus de gestion, de gouvernance et de communication de l'événement. Élaborer un dossier de production.
- Déterminer les axes de développement en lien avec les orientations et besoins spécifiques de l'événement.
- Intégrer la gestion de la créativité à la gestion de l'événement. Traduire la création en action réalisable.
- Développer un plan organisationnel afin d'assurer la complémentarité et le succès individuel et collectif au sein de l'événement.



MODULE 3
GESTION DE
L'ÉVÉNEMENT :
STRATÉGIES DE
MARKETING ET DE
FINANCEMENT

3

OBJECTIF :

Maîtriser les enjeux stratégiques liés à la gestion financière et à la mise en marché d'un projet d'événement.

CONTENU :

- Analyser les opportunités de financement et de positionnement afin d'en apprécier leurs impacts possibles.
- Évaluer les retombées (économiques, sociales, etc.) de l'événement.
- Choisir les meilleurs outils financiers en respectant les objectifs et les valeurs véhiculées par l'événement.
- Étudier les financements alternatifs (co-production, etc.).
- Élaborer des stratégies et des techniques novatrices de commercialisation, de marketing et de financement en tenant compte de la durée de vie de l'événement.
- Adapter son message aux différents partenaires dans le but de les convaincre du bien-fondé, de la valeur et des retombées de l'événement et obtenir leur adhésion.
- Obtenir le soutien et la collaboration du monde politique.



MODULE 4
GESTION DE
L'ORGANISATION :
CHOIX ET
MOBILISATION DES
ÉQUIPES

4

OBJECTIF :

Assurer une gestion des ressources humaines qui optimise la performance des équipes de travail.

CONTENU :

- Typologie des différentes catégories de prestataires.
- Travailler avec les filières d'embauche subsidiées.
- Définir une méthodologie de choix des différents prestataires.
- Identifier les compétences critiques à la réalisation des objectifs de l'événement.
- Analyser l'état des ressources humaines de l'organisation.
- Identifier ses forces et ses faiblesses en tant que leader et visionnaire.
- Adapter ses équipes en fonction des objectifs de l'événement et des besoins de l'organisation.
- Préciser les rôles et responsabilités dans le but de faciliter la prise de décision et minimiser les conflits.
- Concevoir un organigramme d'organisation efficace.
- Expliquer le concept de mobilisation.
- Décrire les leviers organisationnels et les conditions favorables à un bon climat de travail.
- Élaborer un plan de mobilisation des équipes de travail afin d'en optimiser la performance.
- Mettre en place un plan de communication et des processus de circulation de l'information interne à l'organisation.
- Coordonner le travail des équipes sur le terrain. Impact de la présence des managers « on site ».
- Un partenaire particulier : les artistes. Spécificités et mode de gestion.

MODULE 5
LA GESTION
TECHNIQUE DE
L'ÉVÉNEMENT

5

OBJECTIF :

Être crédible et efficace sur le terrain face à ses équipes.
Connaître les principaux éléments pratiques et techniques
Maîtriser le langage spécifique aux métiers.

CONTENU :

- Principes de base de la captation et de la diffusion sonore.
- Principes de base de la captation et de la diffusion visuelle.
- Principes de base de l'éclairage.
- Principes de base d'implantation de structures provisoires (podium, chapiteau, mobilier, etc.).
- Principes de base en matière d'eau, de gaz et d'électricité.
- Concevoir et mettre en place un système de communication efficace sur le terrain.



MODULE 6
LA GESTION DE
L'ÉVÉNEMENT SUR
LE TERRAIN

6

OBJECTIF :

Comprendre et de gérer les aspects logistiques et administratifs ainsi que les contraintes liées à l'événement et à ses objectifs

CONTENU :

- Choisir et concevoir l'espace (public, technique et organisationnel).
- Principes de base de la gestion des espaces, des accès et des flux du public.
- Constitution des documents de travail importants.
- Principes de réunion de coordination.
- Principes de construction d'un rétroplanning.
- Concevoir une signalétique efficace, la visibilité de l'événement et des partenaires.
- Élaborer un plan de transport efficient (transport en commun, transport privé, gestion des parkings, etc.).
- Identifier les spécificités de gestion des espaces culturels.
- Gérer les droits d'auteurs et associés.
- Principes de gestion dynamique d'un budget, lecture de bilan et réglementation TVA.



MODULE 7
L'ORGANISATION
D'ÉVÉNEMENTS
ÉCO-RESPONSABLES

7

OBJECTIF :

Intégrer des stratégies de développement durable à la gestion événementielle afin d'organiser des événements éco-responsables.

CONTENU :

- Présenter le concept du développement durable et ce qu'est un événement éco-responsable.
- Présenter les normes et labels en vigueur, en Belgique, en Europe et dans le monde.
- Mesurer l'empreinte écologique d'un événement.
- Les différents leviers d'action en événementiel (réduire les impacts négatifs et augmenter les répercussions positives).
- Mesurer les impacts financiers, organisationnels et d'image d'une organisation éco-responsable.
- Définir une stratégie d'organisation et un plan d'action éco-responsable (engagement, objectifs, budget, etc.).
- Mobiliser les équipes organisationnelles par une communication responsable.
- Intégrer la dimension citoyenne dans la stratégie marketing.
- Sensibiliser et mobiliser le public cible.
- Explorer les différentes mesures éco-responsables événementielles.
- Faciliter le choix de mesures éco-responsables pertinentes au contexte.

Volets couverts : Choix du lieu et de l'hébergement, accessibilité, ressources humaines, programme, animation, approvisionnement, cadeaux, décoration, alimentation, transport, communication, gestion des matières résiduelles, utilisation d'énergie, calcul et compensation des gaz à effet de serre, impacts communautaires, indicateurs de suivi.

MODULE 9
RISK
MANAGEMENT

8

OBJECTIF :

Cartographier les risques.
Assurer une gestion de la sécurité et concevoir un plan de gestion de crise.

CONTENU :

- Développer la notion de responsabilité pour chacun des acteurs.
- Décrire les notions de safety et de security, mesurer les impacts sur l'événement (logistique, communication, financement,...).
- Évaluer les risques et travailler les hypothèses de crise.
- Concevoir et mettre en place une cellule de crise.
- Préparer une stratégie de communication de crise.
- Gérer les relations et collaborer avec les autorités et les services de secours.
- Gérer les relations avec la presse.

MODULE 9
TFE

OBJECTIF :

En fin de formation, l'étudiant réalise un travail de fin d'étude. Le choix du sujet est travaillé avec le coordinateur de la formation pendant l'année.

L'étudiant est accompagné dans son travail par un promoteur qui guide la méthodologie du travail.

Le TFE est défendu par l'étudiant devant un jury de professionnels.

9



CRÉDITS PHOTOS

p 1 : BME

p 2&3 : Arto

p 5 : Arto

p 6 : Arto

p 7 : Arto (Francofolies de Spa)

p 10 : BME

p 11 : BME

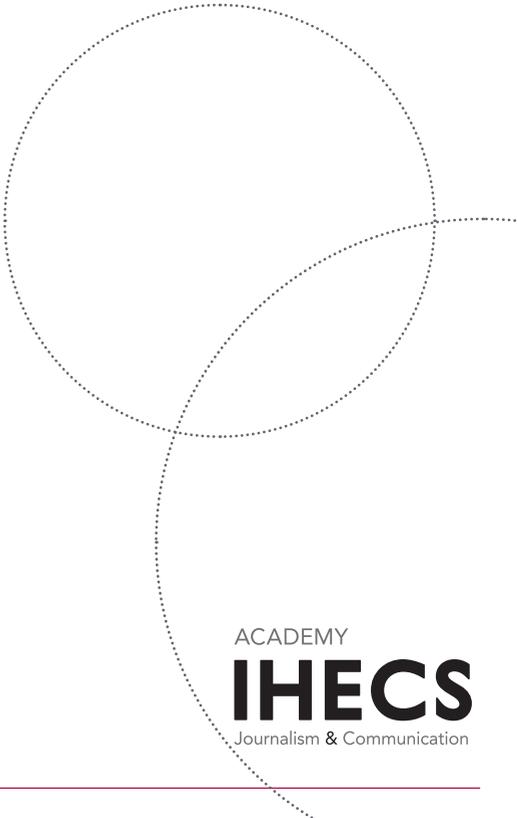
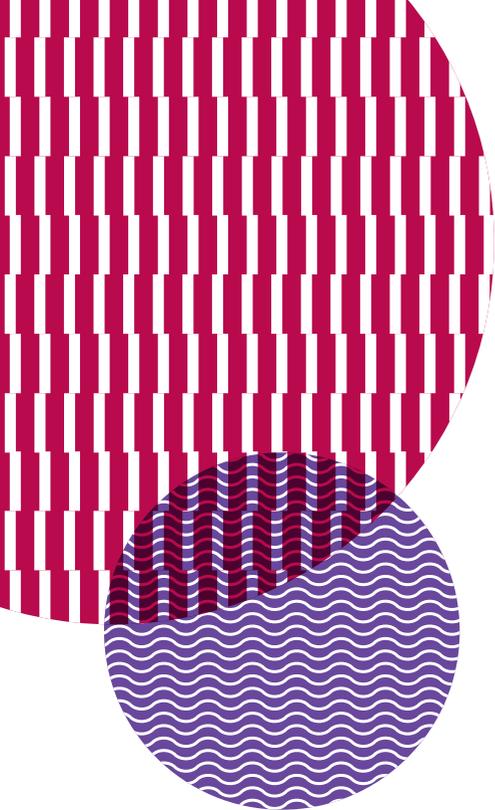
p 13 : Arto

p 14 : Arto

p 16&17 : IHECS

p 18&19 : Arto - de Leva





ACADEMY
IHECS
Journalism & Communication