



Les compétences attendues du référentiel de certification :

1. Recueillir et analyser les attentes d'un commanditaire ou d'un marché cible en appréhendant sa culture corporate et ses intentions pour définir le concept du projet événementiel.
2. Mettre en place une veille concurrentielle et prospective sur les tendances événementielles et technologiques pour proposer des solutions événementielles adaptées au commanditaire.
3. Imaginer et définir un concept événementiel innovant en dosant l'équilibre audace-risques-bénéfice pour proposer une expérience événement différenciant et impactant.
4. Elaborer la scénographie de l'événement dans ses dimensions technique et esthétique en collaboration avec le scénographe et le directeur technique afin de créer une expérience mémorable pour les participants.
5. Piloter les contenus du programme et des interventions lors de l'événement (présentiel, digital, hybride) pour optimiser l'expérience vécue par le public et optimiser la valorisation post-événementielle de ces contenus.
6. Rédiger une recommandation événementielle stratégique et opérationnelle d'un événement pour répondre aux appels d'offre ou demandes de projet.
7. Mesurer la qualité et l'impact d'un événement pour tirer des enseignements exploitables à la prochaine édition de l'événement.
8. Cibler les partenaires potentiels en fonction de la typologie de la cible, de la thématique de l'événement et par secteur d'activité pour optimiser l'action de partenariat.
9. Mettre en œuvre une démarche d'approche de partenaire cible par divers moyens afin d'obtenir une réunion de présentation.
10. Rédiger en anglais des livrables professionnels (notes, e-mails)
11. Concevoir une offre de partenariat standard apportant de la visibilité et des droits de communication au partenaire en échange de numéraire, produits ou compétences.
12. Elaborer une stratégie d'activation pour la marque partenaire afin qu'elle s'approprie la valeur de l'événement à destination de ses différentes cibles (clients, collaborateurs, actionnaires...).
13. Négocier les termes d'un contrat avec les prestataires / fournisseurs (tarifs, délais, qualité de service, RSE) pour assurer une prestation finale de qualité et rentable.
14. Réaliser des repérages de lieux en tenant compte des contraintes d'accessibilité, capacité de réseaux, équipements... pour optimiser la production de l'événement.
15. Elaborer et veiller à la gestion du budget afin de respecter les engagements contractuels avec le commanditaire et les objectifs de rentabilité.
16. Elaborer et suivre le rétroplanning afin de respecter les délais annoncés et d'affecter les missions à chacun.
17. Piloter des groupes de travail pluridisciplinaires et spécialisés (Équipe de productions, agence, prestataires, partenaires) pour valider la coordination de l'événement.
18. Anticiper et gérer les problématiques logistiques, de sécurité et de gestion des flux pour optimiser les conditions.
19. Elaborer et piloter une stratégie de communication classique et /ou digitale pour le projet afin d'atteindre le taux de participation attendu.

Les modalités d'évaluations :

Bloc 1 : Mise en situation réelle : élaboration et rédaction d'une recommandation écrite avec soutenance orale

Bloc 2 : Mise en situation simulée : étude de cas écrite de 7h sur le pilotage de partenariats

Bloc 3 : Mise en situation simulée : négociation avec un fournisseur fictif

Mise en situation réelle : gestion et pilotage de projet (dossier écrit et oral)

Blocs de compétences :

Bloc 1 : Concevoir le concept créatif, le contenu et la mise en scène d'un projet événementiel.

Recueillir et analyser les attentes d'un commanditaire ou d'un marché cible en appréhendant sa culture corporate et ses intentions pour définir le concept du projet événementiel.

Mettre en place une veille concurrentielle et prospective sur les tendances événementielles et technologiques pour proposer des solutions événementielles adaptées au commanditaire.

Imaginer et définir un concept événementiel innovant en dosant l'équilibre audace-risques-bénéfice pour proposer une expérience événement différenciant et impactant.

Elaborer la scénographie de l'événement dans ses dimensions technique et esthétique en collaboration avec le scénographe et le directeur technique afin de créer une expérience mémorable pour les participants.

Piloter les contenus du programme et des interventions lors de l'événement (présentiel, digital, hybride) pour optimiser l'expérience vécue par le public et optimiser la valorisation post-événementielle de ces contenus.

Rédiger une recommandation événementielle stratégique et opérationnelle d'un événement pour répondre aux appels d'offre ou demandes de projet.

Mesurer la qualité et l'impact d'un événement pour tirer des enseignements exploitables à la prochaine édition de l'événement.

Bloc 2 : Piloter les partenariats - mécénats dans un projet événementiel.

Cibler les partenaires potentiels en fonction de la typologie de la cible, de la thématique de l'événement et par secteur d'activité pour optimiser l'action de partenariat.

Mettre en œuvre une démarche d'approche de partenaire cible par divers moyens afin d'obtenir une réunion de présentation.

Rédiger en anglais des livrables professionnels (notes, e-mails)

Concevoir une offre de partenariat standard apportant de la visibilité et des droits de communication au partenaire en échange de numéraire, produits ou compétences.

Elaborer une stratégie d'activation pour la marque partenaire afin qu'elle s'approprie la valeur de l'événement à destination de ses différentes cibles (clients, collaborateurs, actionnaires...).

Bloc 3 : Piloter le projet et la production d'une prestation événementielle.

Négocier les termes d'un contrat avec les prestataires / fournisseurs (tarifs, délais, qualité de service, RSE) pour assurer une prestation finale de qualité et rentable.

Réaliser des repérages de lieux en tenant compte des contraintes d'accessibilité, capacité de réseaux, équipements... pour optimiser la production de l'événement.

Elaborer et veiller à la gestion du budget afin de respecter les engagements contractuels avec le commanditaire et les objectifs de rentabilité.

Elaborer et suivre le rétroplanning afin de respecter les délais annoncés et d'affecter les missions à chacun.

Piloter des groupes de travail pluridisciplinaires et spécialisés (Équipe de productions, agence, prestataires, partenaires) pour valider la coordination de l'événement.

Anticiper et gérer les problématiques logistiques, de sécurité et de gestion des flux pour optimiser les conditions.

Elaborer et piloter une stratégie de communication classique et /ou digitale pour le projet afin d'atteindre le taux de participation attendu.

Référentiel pédagogique :

Bloc 1, 2 et 3 :

MARKETING / COMMUNICATION : 95 H 00

Objectifs de l'enseignement

Faire acquérir aux étudiants les connaissances relatives à l'analyse marketing (veille, swot, étude de marché, analyse de concurrence...) à la stratégie marketing (segmentation, cible, positionnement...) et au marketing opérationnel (produit, stratégie de prix, distribution-vente, plan de communication-média/hors média/Digital) en les appliquant à un événement.

Compétences ciblées

- Benchmark
- Appréhender la démarche marketing dans son ensemble
- Mener un diagnostic de situation (veille, swot, benchmarking, étude de marché)
- Identifier des cibles de clientèles et positionner un événement
- Concevoir les éléments d'une offre événementielle (partenariat, stand, visite...)
- Mettre en place un réseau de distribution-vente de l'événement
- Construire les éléments de la communication d'un événement

Programme

La conception-rédaction d'un projet événementiel

- Comprendre la stratégie d'un donneur d'ordre
- Analyser la demande de son commanditaire
- Générer des idées
- Créer un concept événementiel
- Maîtriser l'art de la présentation
- Développer un programme et générer des contenus
- Définir un parcours client

L'économie de l'événement

- Mettre en place une politique de partenariat

L'expérience de la marque

- Analyser une marque
- Traduire son positionnement en événement

Le marketing de l'événement

- Mettre en place une stratégie CRM
- Analyser ses publics
- Collecter et analyser et exploiter des données

Atelier de créativité

- Brainstorming
- Idéation/Divergence/Emergence
-

La Stratégie de communication

- Analyser l'impact des réseaux sociaux
- Maîtriser l'impact d'un événement connecté
- Créer et animer une communauté événementielle

Evaluation transversale :

3 évaluations

Évaluation 1 : Conception, contenu et mise en scène d'un projet événementiel : Répondre à un brief ou appel d'offre par groupe

Evaluation 2 : Piloter les partenariats ou les mécénats dans un projet événementiel : Réaliser un dossier de sponsoring d'un événement. Travail individuel

Evaluation 3 : Pilotage et production événementiel. Rédiger un projet de recommandation. Travail de groupe

Bloc 1, 2 et 3 :

DIGITALISATION DE L'ÉVÉNEMENT : 21H00

Objectifs de l'enseignement

Maîtriser les techniques de la digitalisation des événements

Compétences

Comprendre le nouveau rapport au public

Adapter une communication à une cible

Maîtriser les outils

Respecter les règles de confidentialité

Maîtriser l'impact d'un événement connecté

Programme

Le digital événementiel

- Webinar
- Webcast
- Conférence en ligne
- Lancement de produit
- Table ronde
- Interview
- Formation
- Salon
- Maîtriser l'impact d'un événement connecté

BLOC 1 et 3 :

Gestion du stress, prise de parole en public : 21H00

Objectif et programme :

Prévenir les états de stress

S'organiser, planifier son travail

S'approprier des techniques de retour au calme

Modalités d'évaluation :

Réponse à un appel d'offre, présentation orale par groupe,

Rédaction d'un projet de recommandation, présentation orale par groupe

Négociation commerciale avec un fournisseur, présentation individuelle

BLOC 2 : COMMUNICATION EN LANGUE ANGLAISE : 21H00

Objectifs de l'enseignement

Acquérir le vocabulaire professionnel de l'événementiel, pouvoir échanger à l'écrit comme à l'oral de manière fluide avec des visiteurs, des clients, des professionnels

Compétences ciblées

- Acquérir du vocabulaire professionnel
- Maîtriser le vocabulaire lié à tous types d'événements
- Connaître le secteur professionnel international
- Identifier en langue anglaise les principaux opérateurs des événements locaux, nationaux et internationaux.
- communiquer à l'écrit et à l'oral avec tous les interlocuteurs de l'événement de façon fluide

Programme

Rédiger des supports de communication en langue anglaise : mails, newsletter, publications sur les réseaux sociaux...

Modalités d'évaluation : Étude de cas de 7H00

Réaliser un dossier de sponsoring. Rédaction de messages, mail en anglais

BLOC 3 : GESTION DE PROJET

Planification 14H00

Gestion de projet : 70h00

Objectifs de l'enseignement : Réalisation concrète d'un événement pour le compte d'un commanditaire professionnel.

Compétences ciblées : Apprendre à travailler en équipe, construire et gérer des relations avec les professionnels, gérer une manifestation dans son ensemble

Programme

- La planification
- Définir les missions des parties prenantes
- Organiser le suivi des missions
- Coordonner l'ensemble des actions
- Piloter les plannings

Le pilotage du projet

- Comprendre les champs d'intervention d'un partenaire
- Choisir un partenaire
- Connaître la chaîne graphique
- Piloter les différentes équipes d'une production

Modalités d'évaluation : Rédiger un projet de recommandation. Réalisation d'un dossier par groupe et présentation orale.

BLOC 3 : Relation client : 35 heures

Objectifs de l'enseignement

Maîtriser les principes d'argumentation et de la négociation

Savoir adapter la négociation à tous les événements nationaux ou internationaux et selon les territoires, B to B et B to C

Compétences ciblées

- Mettre en place une communication adaptée
- Communiquer de façon réactive et professionnelle
- Connaître les produits proposés
- Conseiller le client (prestataire)

Analyse transactionnelle et PNL

Communication verbale et non verbale

Programme

La relation client

- Maîtriser les techniques d'approche commerciale
- Développer un réseau
- Mettre en place des actions commerciales
- Négocier et fidéliser
- Négocier avec les partenaires
- **Modalités d'évaluation :**
- Oral de 20 minutes. Négociation commerciale avec un fournisseur

BLOC 3 : MANAGEMENT : 21H00

Compétences : Maîtriser les principes du management

Programme :

Définir les types de Management

Rédiger une fiche de poste

Définir les étapes de recrutement et les critères de sélection

Organiser un recrutement

Faire naître une équipe

Connaître les caractéristiques de la fonction managériale

Gérer les conflits

Faire des entretiens individuels

BLOC 3 : ENVIRONNEMENT JURIDIQUE : 12H00

Objectifs de l'enseignement :

Organiser un événement en respectant la réglementation en vigueur

Compétences ciblées

- Connaître la législation en termes de droit à l'image, de propriété intellectuelle et de contrats commerciaux
- Comprendre les démarches à accomplir pour l'ouverture d'un événement, la mise en place d'une billetterie
- Droit du travail

Programme

Identifier les différentes déclarations nécessaires à la mise en œuvre d'un événement

Modalités d'évaluation : Étude de cas de 7H00

BLOC 3 : Eco responsabilité 14H00

Objectifs de l'enseignement : Organiser un événement écoresponsable en respectant la réglementation en vigueur

Compétences ciblées

Comprendre les démarches à accomplir pour l'ouverture d'un événement, la mise en place d'une billetterie
Obtenir des certifications écoresponsables

Programme

La RSE et l'événement

- Comprendre une stratégie RSE
- Comprendre la démarche écoresponsable
- Connaître les grands principes de l'organisation écoresponsable

Modalités d'évaluation : Étude de cas de 7H00

BLOC 1 et 3 : LOGISTIQUE/TECHNIQUE/SCENOGRAPHIE : 95H00

Objectifs de l'enseignement : Organiser le projet événementiel dans ses développements opérationnels.
Suivre et coordonner une manifestation.

Compétences ciblées : Montage, déroulement opérationnel, démontage de l'événement

Programme

Les techniques live de l'événement :

- Connaître le champ des possibles techniques
- Briefer un partenaire technique
- Lire un devis technique

La scénographie

- Organiser l'optimisation spatiale et commerciale d'un lieu
- Valoriser des contenus et des exposants
- Servir un concept événementiel

Modalités d'évaluation : Pilotage et production événementielle. Rédiger un projet de recommandation.
Dossier par groupes

BLOC 3 : SÉCURITÉ SURETÉ : 35H00

Objectifs de l'enseignement

Assurer la sécurité du public et des salariés à l'occasion de tout type d'événement

Compétences ciblées

- Comprendre les enjeux de la prévention
- Connaître les principales obligations réglementaires
- Analyser les risques, identifier les problèmes
- Préparer une notice d'analyse des risques

-Proposer des alternatives

Programme

La sûreté des événements, la sécurité des publics et des équipes

- Comprendre les enjeux de la prévention des risques événementiels
- Mettre en place un dispositif de surveillance et de médicalisation
- Connaître les acteurs de la sécurité événementielle

Modalités d'évaluation : Rédiger un projet de recommandation. Dossier par groupe

BLOC 3 Gestion Financière : 21H00

Objectifs de l'enseignement : Prévoir les objectifs à atteindre assurer le suivi financier d'une entreprise ou d'un événement

Compétences ciblées

Comprendre la politique générale de l'entreprise en terme de performances

Acquérir la notion de budget,

Réaliser un seuil de rentabilité.

Comprendre La fiscalité des événements (Entreprise, association, association fiscalisée)

Programme

L'économie de l'événement

- Comprendre l'économie d'une entreprise
- Maîtriser les coûts travail
- Mesurer le retour sur investissement

Modalités d'évaluation : Pilotage et production événementielle

Rédiger un rapport de recommandation par groupes

Total des heures : 475H

	MODALITES D'EVALUATION	EVALUATEUR	FORME ET DURÉE	Notatio n	C O E F
BLOC 1 : Conception, Contenu et mise en scène d'un projet événementiel	Réponse à un brief ou à un appel d'offre	Un jury de professionnels	Dossier par groupes Oral individuel 30 minutes	Sur 70 Sur 10	
BLOC 2 : Piloter les partenariats ou les mécénats dans un projet événementiel	Réaliser un dossier de sponsoring d'un événement en français Rédaction de supports de communication en Anglais (mail, message réseaux sociaux)	Un jury de professionnels	Ecrit 7 heures	Sur 60 Sur 10	
BLOC 3 : Pilotage et production événementielle	Montage d'un dossier de production d'un événement propriétaire démontrant la faisabilité technique, financière et sécuritaire du projet événementiel Négociation commerciale avec un fournisseur Evaluation tuteur en entreprise	Un jury de professionnels Un jury de professionnels Grilles évaluation pendant les visites entreprises	Dossier par groupes Oral 30 minutes Oral 20 minutes	Sur 100 Sur 20 Sur 10	