

**Descriptif d'enseignement – 2018/2019**

**Cycle Master 2 Management des institutions culturelles - APPRENTISSAGE SEMESTRE 3**

Intitulé du cours : Communications des institutions culturelles / public - privé

Enseignant(s) : Pierre Collet

Fonction(s) : Dirigeant d'aec I imagine, agence de conseil en communication et marketing culturel

Type de cours :  Cours

**Résumé du cours :**

Communication des institutions culturelle :

Appréhender les enjeux et besoins de communication d'une institution culturelle et réaliser une campagne de communication / presse

- Réflexion théorique sur la communication culturelle : Pourquoi, comment, pour qui ?

- Présentation de différentes campagnes de communications d'institutions régionales, nationales et internationale

= > montrer la diversité et les points communs de différentes campagnes => pourquoi communiquer ? Est-ce nécessaire ? Indispensable ? Superflu ?

- Elaboration d'une campagne de communication - Relations presse / Elaboration d'une proposition de recherche de mécénat

**Evaluation :**

L'évaluation sera faite sur la représentation de la campagne de communication / relation presse d'une institution culturelle :

Plusieurs groupes de 2 à 4 étudiants devront réaliser une campagne de Communication/relation presse sous format power point et la présenter oralement lors de la dernière séance (15 minutes) dans une mise en situation professionnelle. Les thèmes présentés seront réels et seront à choisir dès la deuxième séance.

### Objectif (compétences acquises) :

- Fabriquer un plan média
- identification du public à atteindre
- identification des cibles presse
- achat d'espace publicitaire
- élaboration d'un budget prévisionnel
  
- Réaliser un dossier de presse et une campagne de presse : selon différents projets, comment on communique et qu'est-ce qu'on communique ?
  
- élaboration du contenu du dossier de presse - élaboration des outils de communications
- allocation des investissements publicitaires
  
- Faire une recommandation pour une campagne de communication / relations presse d'une institution culturelle en liaison avec une proposition de recherche de mécénat :
  
- Présentation de l'institution
- mission, objectifs à atteindre, stratégies - élaboration d'un rétro-planning

### Evaluation :

- Restitution du projet :

Présentation des campagnes de communication/relation presse conçues par les étudiants et échanges