

## Descriptif d'enseignement / *Course descriptions*

Cycle Master 2 (5ème année) / 5th year

*Semestre1*

### Titre du cours - *Course title*

---

#### **Communiquer par l'événement**

*Event communication*

**Type de cours :** Séminaire

**Langue du cours/Language of instruction :** Français

### Enseignant(s) – *Professor(s)*

---

Maxence Maerten, L'Oréal International Communication Manager

Contact : maerten.maxence@gmail.com

### Résumé du cours – Objectifs - *Course description – Targets*

---

L'événement fait pleinement partie de la stratégie marketing d'une organisation. Bien souvent dépendant de l'équipe communication, un événement se doit de répondre à des objectifs aux enjeux divers et parfois complexes : lancement produits, événement influence, assemblée générale, exposition, ouverture d'un point de vente ... tant de possibilités pour véhiculer un message, rassembler les équipes ou encore enrichir l'image de la marque. L'événement est aussi riche que complexe et demande rigueur, organisation et souplesse. Autant d'exigences qui s'acquièrent avec la pratique.

Ce cours a pour but de fournir aux étudiants les réflexes et outils opérationnels du brainstorming à l'analyse des résultats en passant par l'organisation opérationnelle ou encore la gestion des imprévus à travers un maximum d'études de cas et d'exemples significatifs. Autant du point de vue de l'organisation en charge de l'événement que de l'agence événementielle qui le produit.

Le mot d'ordre : Il faudra penser à tout !

### Evaluation - *Assessment*

---

L'évaluation sera effectuée à travers les différentes présentations des étudiants : à la fois au début de certaines séances qu'à la dernière séance du semestre où chaque groupe sera en compétition afin de répondre à un appel d'offre.

La participation et la ponctualité seront aussi prises en compte dans la note finale.

### Plan – Séances - *Course outline*

---

Séance 1 : Organisation et communication autour d'un événement comme partie intégrante d'une stratégie marketing

Séance 2 : Construire un événement en tant qu'annonceur : du brainstorm à l'analyse des résultats

Séance 3 : Le brand content comme meilleur outil de communication

Séance 4 : Digital & eventing : comment faire vivre un événement a posteriori

Séance 5 : Communiquer en interne autour de son événement : une stratégie trop souvent délaissée

Séance 6 : Dans la peau d'une agence événementielle : répondre à un appel d'offre