

Master en Communication Organisationnelle (M2 COM)

Titre du Cours :	Communication événementielle (GMCOM31)
<i>Course Title:</i>	
Heures :	20h
<i>Lecture hours:</i>	
ECTS Credits:	3

➤ **PRE-REQUIS / PRE-REQUISITE**

➤ **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES DU COURS / LEARNING OBJECTIVES**

Le cours vise à transmettre au futur manager les techniques et les pratiques qui sont utilisées en communication, en particulier dans le domaine de l'événementiel.

➤ **CONTENU DU COURS / DESCRIPTION OF THE COURSE**

Le cours met particulièrement l'accent sur l'innovation en matière de communication événementielle, dans ses formes alternatives (ex : marketing ambiant, « guerilla marketing », etc.) et ses expressions concrètes (pseudo-parrainage, « street marketing », « undercover marketing », etc.)

➤ **LISTE DES SUJETS OU RESUME DES SÉANCES/ TOPICS OF EACH SESSION OR SUMMARY OF THE COURSE**

Le champ notionnel et la démarche : les principes généraux de la communication événementielle, la matrice événementielle, la sélection des thématiques d'intervention, les nouvelles formes de communication ⇔ les formes de communication progressive ⇔ les supports de communication alternatifs.

Le maniement des outils dédiés : état des lieux de la communication : diagnostic, « benchmarking », concept ⇔ construction de l'événement : caractéristiques, sélection des thématiques d'intervention ⇔ communication PAR l'événement, plan de communication ⇔ communication SUR l'événement.

➤ **METHODES D'EVALUATION (CONTROLE CONTINU) / EVALUATION AND GRADING**

- | | |
|--|-------------|
| ➤ Présence / Attendance : | 20 % |
| ➤ Participation en classe / Class participation : | 30 % |
| ➤ Épreuve écrite / Written test : | 50 % |

➤ **REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES / BIBLIOGRAPHY**

Boistel P. (2005), La communication événementielle, plus stratégique que commerciale, Revue management et avenir, Management Prospective Editions, 6.

Hertrich S. (2008), Contribution a communication événementielle : une analyse sémio-contextuelle du Mondial de l'automobile, Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université de Paris, Panthéon-Assas.

Moulin de Labarthète A. (2010), La communication événementielle, Demos, 5^{ème} édition, Paris.