



Marketing de l'événementiel



Niveau d'étude
BAC +3



Composante
Institut
Universitaire de
Technologie Le
Creusot

Présentation

Description

- Connaître les enjeux d'un évènement de grande ampleur
- Elaborer un évènement de grande ampleur adapté au brief
- Mesurer les retombées de l'évènement

Objectifs

- Panorama des différents types d'évènements complexes : évènements grand public, congrès, conventions, foires et salons, festivals
- Spécificités de la création et promotion d'un évènement grand public de grande ampleur
- Mesure des retombées, de la fréquentation et de la satisfaction

Heures d'enseignement

TD Travaux Dirigés 18h

Modalités de contrôle des connaissances

Session 1 ou session unique - Contrôle des connaissances

Nature de l'enseignement	Modalité	Nature	Durée (min.)	Nombre	Coefficient	Remarques
Travaux Dirigés	CCI (contrôle continu intégral)	CC : Ecrit et/ou Oral			0.5	

