



Marketing de l'événementiel



Niveau d'étude
BAC +3



Composante
Institut
Universitaire de
Technologie Le
Creusot

Présentation

Description

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

Objectifs

- Panorama des différents types d'évènements complexes : événements grand public, congrès, conventions, foires et salons, festivals
- Spécificités de la création et promotion d'un événement 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



Évaluation initiale / Session principale

Type d'évaluation	Nature de l'évaluation	Durée (en minutes)	Nombre d'épreuves	Coefficient de l'évaluation	Note éliminatoire de l'évaluation	Remarques
CCI (contrôle continu intégral)	CC : Ecrit et/ou Oral			0.5		