



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



Évaluation initiale / Session principale - Épreuves

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