



CHARGÉ(E) EN COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE

CONTENU - Durée approximative : 6 mois

NOMBRE D'HEURES : 168

- 1 module en ligne
- Auto-évaluation : QCM en ligne

SERVICE + : Stage en entreprise qui peut débiter un mois après votre inscription.
Demandez-nous la convention.

MÉTHODES D'ÉVALUATION moyenne 10/20

- 1 devoir final de 30 pages à la fin du module

VALIDATION

CERTIFICAT DE COMPÉTENCES
PROFESSIONNELLES DE CHARGÉ(E)
EN COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE
agrée par la Fédération Européenne Des Écoles



TARIFS

- **LE MODULE EN E-LEARNING : 480 €**

MODALITÉS DE RÈGLEMENT

- **PAR CARTE BANCAIRE** en ligne sur le site www.e-learning-formation.com (paiement échelonné jusqu'à 6 mensualités)

- **PAR CHÈQUES** (à nous faire parvenir **en totalité** par courrier)

- * **AU COMPTANT** : 1 chèque de 480 €

* EN 2 FOIS :

1 chèque de 144,00 € (soit 30% à la commande, encaissé le mois de réception)
+ 1 chèque de 336,00 €
(soit le solde, encaissé le mois suivant)

- * **EN 6 FOIS** : 6 chèques de 80 €

Ils seront encaissés le 15 ou le 30 de chaque mois)

CERTIFICAT DE COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES



LE CERFPA, Première école à être reconnue par la Fédération Européenne Des Écoles (FEDE) pour préparer le Certificat de Compétences Professionnelles DE CHARGÉ(E) EN COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE

ATTIREZ L'ATTENTION ET DÉMARQUEZ-VOUS !

Congrès, soirées de gala, festivals, salons professionnels, rencontres sportives, séminaires, lancement d'une marque ou d'un nouveau produit... c'est le Chargé en Communication Événementielle qui conçoit et réalise ces opérations de communication pour son entreprise ou pour un client. À travers ces différentes actions, il cherche à valoriser une entreprise ou une institution, à mettre en avant une marque ou une cause. Le chargé de communication événementielle prend en charge un projet de A à Z.

Il trouve le concept le mieux adapté aux besoins du client. Il assure l'organisation et la production de l'événement : le planning des actions, le repérage des lieux et la visite, la recherche de prestataires, d'intervenants, de sponsors, de partenaires...

Il met en place une stratégie de communication sur différents supports : les communiqués de presse, les invitations, les programmes,... pour promouvoir l'événement.

Il gère également le budget attribué et coordonne le travail de l'équipe qui peut être constituée de collaborateurs « internes » s'ils appartiennent à la même entreprise, ou « externes » s'ils interviennent dans le cadre d'une prestation de services.

L'imagination, la créativité, l'organisation, la rigueur, la disponibilité, la réactivité, l'autonomie, le sens du dialogue et l'écoute sont des qualités nécessaires pour exercer cette profession.

VOTRE NOUVELLE VIE PROFESSIONNELLE !

Le principal débouché des chargés en communication événementielle se trouve dans les agences de communication, les agences de publicité ou de voyages, et les entreprises spécialisées dans l'organisation de foires et de salons où il sera salarié.

Il travaille souvent à l'extérieur de son bureau pour rencontrer ses interlocuteurs.

Avec quelques années d'expérience, il est possible d'évoluer vers un poste de directeur de la communication ou encore de consultant en communication.



Formation disponible par correspondance (version papier)
www.cerfpa.com



1 MODULE EN LIGNE

Module : Le métier de chargé(e) en communication événementielle - 1 devoir final de 30 pages

Formatrice : Bérénice Goudard

- Créativité et cohérence • Qualités relationnelles
- Compétences techniques • Compétitivité et intuition
- L'événement dans la campagne de communication
- Types d'événements • Les tendances du marché
- Les chiffres • Les acteurs
- La place de l'événement parmi les instruments de communication
- Les stratégies
- Les modèles de la communication
- Psychologie de la communication
- L'intention et l'acte
- La psychologie cognitive
- Les règles d'une communication réussie
- La psychologie sociale
- L'étude des influences
- La pression des normes sociales
- Les paradoxes de la communication
- Les compétences communicationnelles
- La communication orale • L'accueil téléphonique
- L'accueil physique
- La communication écrite • La correspondance administrative et commerciale
- Les écrits professionnels de l'événementiel
- La communication en anglais
- Les réunions autour du projet • L'organisation d'une réunion • Savoir animer • L'attitude des participants
- La correspondance administrative et commerciale
- Le vocabulaire de l'événementiel
- Les compétences
- La communication interne • L'information motivante
- Audit de communication interne • Efficacité
- Motivation • Esprit d'équipe • La communication informelle
- Le management
- Le PDG, porte-parole de l'entreprise
- Concevoir L'événement
- La phase créative
- L'équipe de communication événementielle
- Les compétences organisationnelles • Les compétences juridiques
- Les financements
- Les formes de soutien
- Le domaine d'intervention
- L'encadrement d'une équipe
- Promouvoir l'événement
- Les compétences stratégiques
- Marketing, affiches, plaquettes, outils publicitaires
- Supports des relations presse
- Dossier, interview • Presse audiovisuelle
- Le jour J : inauguration, accueil public, médias...
- Après l'événement
- La fiche contact
- Evaluer la concurrence