



# 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](http://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](http://www.cerfpa.com)

# PROGRAMME CHARGÉ(E) EN COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE



## 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