

Mastère Spécialisé

Organisation d'Événements





tech université
technologique

Mastère Spécialisé Organisation d'Événements

Modalité: En ligne

Durée: 12 mois

Diplôme: TECH Université Technologique

Heures de cours: 1.500 h.

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/journalisme-comunication/master/master-organisation-evenements

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Compétences

page 14

04

Direction de la formation

page 18

05

Structure et contenu

page 22

06

Méthodologie

page 32

07

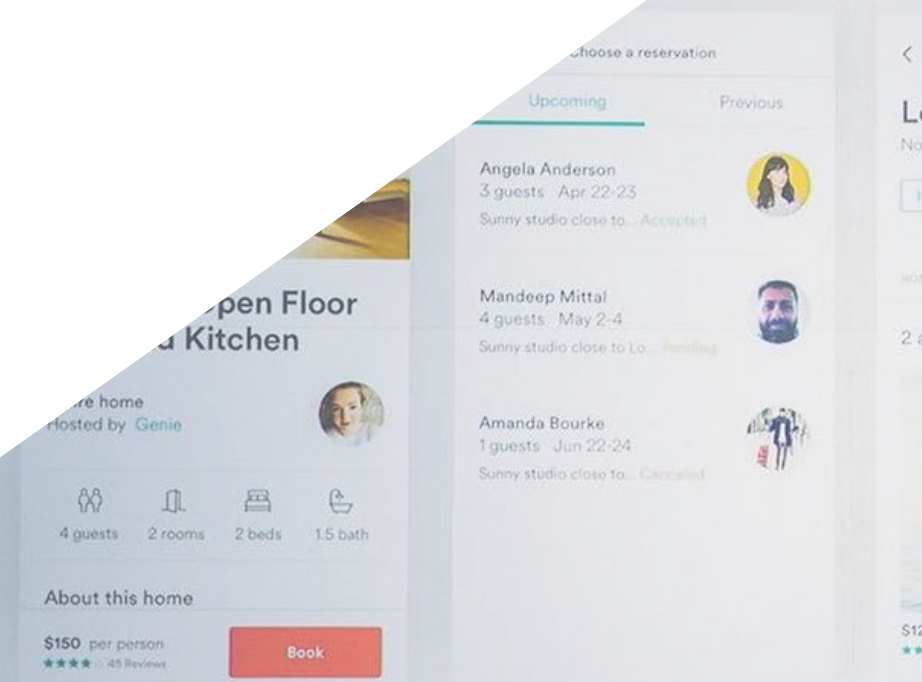
Diplôme

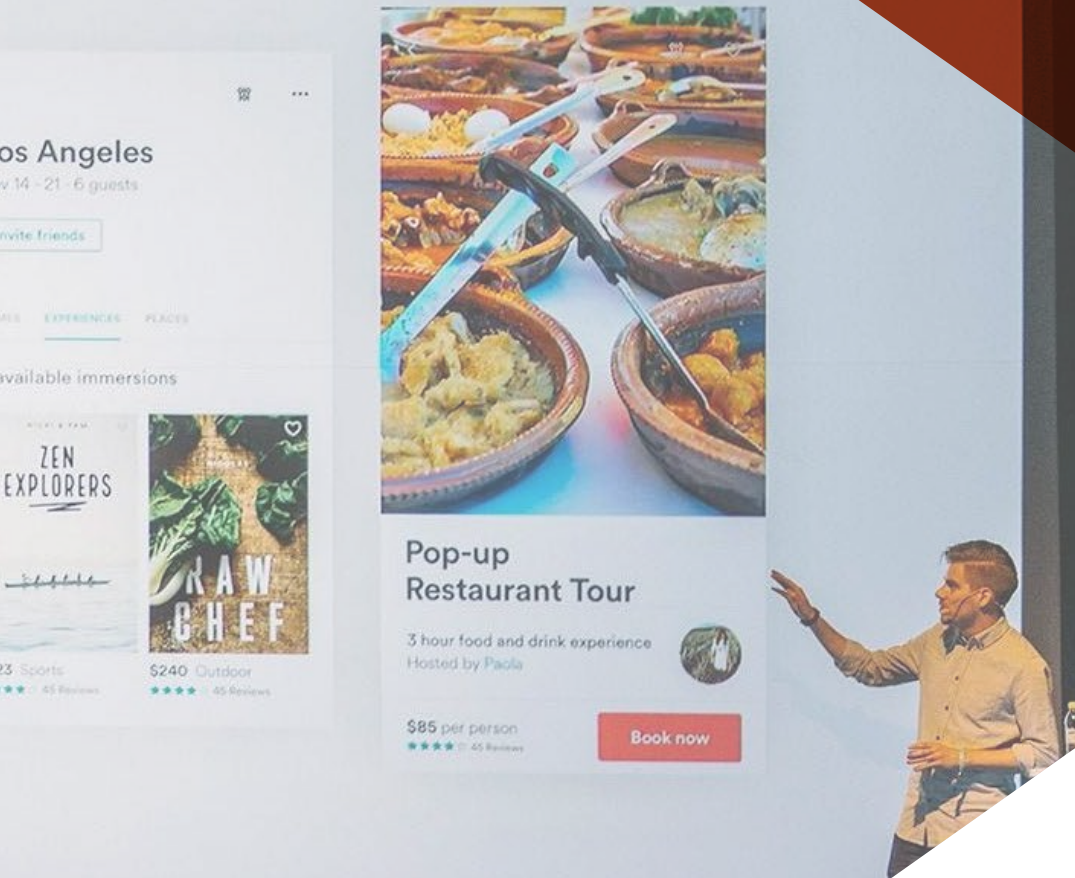
page 40

01

Présentation

Le rythme de l'évolution technologique et communicationnelle se poursuit, et les plans et processus auxquels nous étions habitués doivent être adaptés. Il ne suffit plus de connaître le protocole ou les règles d'un événement spécial, mais l'idée doit aller beaucoup plus loin pour s'adapter aux nouvelles formes et procédures. Dans l'environnement social et professionnel, les objectifs peuvent être les mêmes: célébrer, communiquer, commémorer, entre autres. Mais il est désormais nécessaire de s'informer sur les nouvelles propositions et de mettre à jour les techniques et théories dépassées avant de plonger dans le monde stimulant de la communication, du design, des nouvelles technologies, de la production ou de la scénographie. C'est pourquoi a été créé ce programme de 12 mois 100% en ligne, spécialement conçu pour maîtriser en profondeur l'art d'organiser un événement. Un outil de communication puissant lorsqu'il est bien utilisé.





“

Apprenez à connaître les nouvelles formes et procédures de l'organisation d'événements en tant qu'outil de communication puissant pour les environnements sociaux et d'entreprise"

Le contenu de ce programme conduira le professionnel à devenir un véritable caméléon, capable de résoudre efficacement tous les petits détails avant, pendant et après un événement. Le Mastère Spécialisé au contenu exclusif de TECH Université Technologique est un programme intensif qui prépare les professionnels de la communication, du journalisme ou du marketing à relever des défis et à prendre des décisions commerciales dans le domaine de l'organisation d'événements.

Pour organiser correctement un événement, il faut acquérir des connaissances dans les domaines du marketing, de la finance, de la stratégie, de la communication, de l'organisation, de la planification, des opérations et de la logistique, qui apporteront la valeur et les connaissances nécessaires au développement professionnel de l'étudiant, tant au sein d'une organisation à des postes de direction que dans le cadre du développement de sa propre entreprise, en tant qu' *Event Planner* ou dans sa propre agence événementielle.

Le contenu de ce programme a été créé par des experts professionnels du domaine, qui exercent actuellement avec succès leur activité professionnelle et qui disposent d'une vaste expérience, tant dans le domaine des affaires que dans le domaine universitaire ou de l'enseignement. Cela confère au programme sa propre identité, avec un excellent contenu et, en même temps, des cas pratiques imbattables qui sont complètement à jour.

Pendant 12 mois ou 1 500 heures de formation entièrement en ligne, les étudiants analyseront une variété de cas pratiques par le biais d'un travail individuel et en équipe. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations professionnelles réelles.

Un programme qui couvre les connaissances, à la fois théoriques et pratiques, dont a besoin tout professionnel désireux de diriger un secteur en pleine croissance. L'adoption de compétences plus spécifiques telles que la définition d'objectifs, de stratégies et de politiques commerciales sur le marché MICE, qui vous permettra d'analyser, de planifier, de développer et d'exécuter des procédures dans le domaine du tourisme d'affaires et de l'événementiel.

Ce **Mastère Spécialisé en Organisation d'Événements** contient le programme académique le plus complet et le plus actuel du marché. Les principales caractéristiques sont les suivantes:

- ♦ Le développement d'études de cas présentées par des experts en communication, marketing et Organisation d'Événements
- ♦ Les contenus graphiques, schématiques et éminemment pratiques avec lesquels ils sont conçus fournissent des informations scientifiques et sanitaires essentielles à la pratique professionnelle
- ♦ Des exercices pratiques afin d'effectuer un processus d'auto-évaluation pour améliorer l'apprentissage
- ♦ Il met l'accent sur les méthodologies innovantes
- ♦ Des cours théoriques, des questions à l'expert, des forums de discussion sur des sujets controversés et un travail de réflexion individuel
- ♦ La possibilité d'accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



Un événement bien organisé contient des aspects indispensables de la finance, du marketing, de la communication et de la numérisation. Apprenez tout ce que vous devez savoir avec ce programme"

“

Vous définirez les objectifs, les plans et les politiques commerciales en fonction du marché MICE afin d'établir des politiques adéquates en accord avec les objectifs et les stratégies de l'entreprise"

Le programme comprend, dans son corps enseignant, des professionnels du secteur qui apportent à cette formation l'expérience de leur travail, ainsi que des spécialistes reconnus de grandes sociétés et d'universités prestigieuses.

Grâce à son contenu multimédia développé avec les dernières technologies éducatives, les spécialistes bénéficieront d'un apprentissage situé et contextuel. Ainsi, ils se formeront dans un environnement simulé qui leur permettra d'apprendre en immersion et de s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est basée sur l'Apprentissage par Problèmes. Ainsi l'étudiant devra essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui se présentent à lui tout au long du Mastère Spécialisé. À cette fin, ils seront aidés par un système innovant de vidéos interactives produites par des experts reconnus.

Apprenez à organiser des événements de manière professionnelle. Inscrivez-vous dès maintenant au Mastère Spécialisé en Organisation d'Événements. Atteignez votre objectif en 12 mois et 100% en ligne.

Atteignez vos objectifs professionnels en étudiant ce programme au contenu exclusif et améliorez votre profil en tant que journaliste ou communicateur.



02

Objectifs

En raison de l'importance de la communication et du marketing pour la fluidité et la productivité des entreprises et de la société en général, l'organisation d'événements est un outil fondamental dont il faut tirer parti. C'est pourquoi ce Mastère Spécialisé est axé sur l'acquisition des compétences nécessaires au professionnel, ce qui lui permet de se spécialiser ou de faire preuve d'originalité dans le développement et/ou l'application d'idées, ainsi que dans leur mise en œuvre, à travers la gestion d'équipes de travail multidisciplinaires et multiculturelles, en prenant des décisions qui contribuent à la réalisation des objectifs fixés.



“

La qualification dont vous avez besoin pour renforcer, étendre et améliorer vos connaissances en matière de gestion d'événements. Elle ouvre un éventail de possibilités sur le marché d'aujourd'hui"



Objectifs généraux

- ♦ Acquérir et comprendre des connaissances qui fournissent une expertise ou une opportunité d'être original dans le développement et/ou l'application d'idées, souvent dans un contexte de recherche
- ♦ Développer des compétences en matière de relations interpersonnelles pour gérer des équipes de travail pluridisciplinaires et multiculturelles
- ♦ Développer des compétences en matière de gestion financière (*Financial Management*)
- ♦ Avoir une connaissance approfondie des tendances actuelles en matière d'organisation d'événements
- ♦ Maîtriser la numérisation de l'événement, les outils les plus utilisés et les nouvelles tendances
- ♦ Définir les objectifs, les stratégies et les politiques commerciales sur le marché MICE afin d'établir des politiques appropriées en accord avec les objectifs et les stratégies de l'entreprise de gestion d'événements dans le domaine du tourisme
- ♦ Évaluer les procédures opérationnelles dans le domaine du tourisme d'affaires et des événements afin de procéder à une analyse complète de son processus de production en termes d'excellence et de qualité de service
- ♦ Comprendre l'importance et l'organisation d'événements hybrides
- ♦ Comprendre les différents modes de parrainage d'un événement, l'environnement déontologique, juridique et de *Compliance* des différents secteurs
- ♦ Présenter le dossier de sponsoring
- ♦ Comprendre la nouvelle réalité de l'organisation d'événements suite à la crise majeure provoquée par la pandémie de COVID-19





Objectifs spécifiques

Module 1. L'industrie de l'événementiel et du tourisme d'affaires

- ♦ Approfondir la connaissance des *Key Players* du secteur MICE
- ♦ Maîtriser l'importance des *Convention Bureaus* et la co-création avec eux
- ♦ Gérer le marketing d'une destination/d'un événement
- ♦ Connaissance approfondie de l'industrie mondiale de l'événementiel et de son importance économique
- ♦ Développer les compétences nécessaires pour pouvoir gérer une entreprise événementielle en fonction du type d'événement

Module 2. Conception des événements

- ♦ Maîtriser la conception d'événements dans le contexte de l'économie de l'expérience, *Design Thinking* et le Marketing
- ♦ Apprenez à planifier des événements pour augmenter le retour sur investissement (ROI)
- ♦ Apprendre l'importance des événements en tant qu'outil de marketing en fonction des tendances du marché
- ♦ Générer des expériences dans le cadre d'événements (marketing expérientiel) et d'expériences immersives
- ♦ Conception efficace des espaces, signalétique et personnalisation

Module 3. Planification d'événements

- ♦ Apprendre à créer le programme de l'événement en fonction des paramètres établis
- ♦ Réaliser la mise en scène de chacune des parties de l'événement
- ♦ Apprendre en profondeur comment organiser les espaces, quelles priorités et quels types de format utiliser
- ♦ Gérer la distribution du contenu et des intervenants en fonction des besoins et des priorités
- ♦ Planifier l'accès, la sécurité et le transport, sur la base d'une étude des possibilités de la destination et du lieu, de ses capacités, de son infrastructure et de son offre

Module 4. La création de candidatures à un événement

- ♦ Comment créer une candidature d'événement
- ♦ Apprendre à déterminer le type d'événement à développer en fonction de la destination
- ♦ Appliquer l'analyse SWOT à la destination et au lieu de l'événement pour prendre des décisions
- ♦ Analyser les possibilités et les qualités de la destination afin d'augmenter sa valeur qualitative et quantitative

Module 5. Gestion financière

- ♦ Savoir budgétiser un événement, avec un compte d'exploitation
- ♦ Développer le *Cash Flow* et son importance dans les décisions, les investissements et les amortissements
- ♦ Connaître en profondeur et évaluer le ROI d'un événement d'un point de vue économique
- ♦ Analyser les recettes possibles, les canaux de financement et déterminer le *Break Event*

Module 6. Stratégies de gestion du marketing et de la communication

- ♦ Développer le plan de communication et son importance pour l'événement
- ♦ Maîtriser les actions et les outils de la publicité et du marketing événementiel
- ♦ Évaluer les nouveaux comportements des consommateurs
- ♦ Déterminer la valeur et la finalité de la marque
- ♦ Mettre en œuvre les objectifs de développement durable dans les événements
- ♦ Explorer les différents modèles d'analyse interne et externe

Module 7. Gestion du marketing et numérisation des événements

- ♦ Comprendre les nouvelles technologies de communication
- ♦ Manipuler la segmentation, les métriques et l'analyse des données *Big Data*
- ♦ Évaluer les avantages et les difficultés de la numérisation des événements
- ♦ Comprendre et appliquer le *Benchmarking*
- ♦ Gérer la réputation de la marque
- ♦ Maîtriser les réseaux sociaux et leurs écosystèmes au service du développement des événements

Module 8. Gestion des opérations et logistique événementielle

- ♦ Apprendre en profondeur les éléments fondamentaux de la logistique et des opérations d'un événement
- ♦ Comprendre que la gestion des ressources humaines est un facteur indispensable au développement d'un événement
- ♦ Gérer efficacement les relations avec les fournisseurs, les intervenants et les invités VIP
- ♦ Connaître le *Timing* nécessaire pour monter et démonter efficacement l'événement
- ♦ Évaluer les différents scénarios, leurs difficultés et les possibilités de développement réussi de l'événement



Module 9. Parrainage d'événements

- ♦ Créer un dossier de parrainage
- ♦ Acquérir une connaissance approfondie des différents aspects juridiques, éthiques et de *Compliance* des différents secteurs à l'aide d'exemples pratiques
- ♦ Étudier et mettre en évidence les différentes manières de parrainer un événement
- ♦ Distribuer les espaces à sponsoriser et élaborer des politiques de sponsoring, de *Branding* et de publicité en fonction de l'événement et des possibilités de l'espace
- ♦ Apprendre à calculer et à attribuer des prix aux différents éléments à sponsoriser
- ♦ Comprendre l'importance de donner de la notoriété au sponsor et, en même temps, de générer des synergies avec l'événement

Module 10. Numérisation des événements; développement d'un événement numérique

- ♦ Analyser la nouvelle réalité de l'organisation d'événements suite à la crise de la pandémie COVID-19
- ♦ Découvrez tout ce qui concerne les événements numériques et comment les réaliser
- ♦ Approfondir les événements hybrides, leur importance actuelle et l'avenir de ces événements
- ♦ Analyser la gestion d'un événement numérique et son importance. Le calendrier et les *Timings*
- ♦ Créer un décor virtuel. Connaître ses éléments: *chroma key*, *Backscreen*, réalité augmentée, entre autres
- ♦ Analyser les publics et leurs capacités, les formes d'interaction, tant en personne que virtuellement

03

Compétences

Les diplômés de ce Mastère Spécialisé en Organisation d'Événements développeront les compétences requises dans différents domaines de formation, ce qui leur permettra de mener à bien leur travail professionnel en tant qu'organiseurs d'événements, en tenant compte de la spécialisation dans des domaines tels que la planification, la logistique, le développement, la finance, le marketing numérique et événementiel et tous ceux qui fourniront la valeur et les connaissances appropriées pour le développement professionnel de l'étudiant, à la fois de manière indépendante et au sein d'une entreprise.





“

Vous apprendrez tout ce dont vous avez besoin pour organiser un événement adapté à l'ère numérique. Appliquer les bonnes stratégies pour les événements hybrides et 100% numériques"



Compétences générales

- ♦ Comprendre l'industrie de l'événementiel et du tourisme d'affaires
- ♦ Gérer des projets depuis la collecte d'informations jusqu'à leur présentation
- ♦ Exécuter un plan stratégique de communication et de marketing en fonction de l'objectif fixé
- ♦ Maîtriser les différentes techniques et outils impliqués dans la conception d'un événement
- ♦ Gérer tous les éléments de l'organisation de l'événement: protocole, sécurité, logistique, invités, orateurs, transport, calendrier, etc
- ♦ Appliquer les concepts fondamentaux de la planification budgétaire et de sa mise en œuvre
- ♦ Comprendre les nouvelles technologies de communication et leur importance pour la création d'événements hybrides ou numériques
- ♦ Savoir comment communiquer efficacement des résultats et des arguments à des publics spécialisés et non spécialisés de manière claire et sans ambiguïté





Compétences spécifiques

- ♦ Développer des idées originales, souvent dans un contexte de recherche
- ♦ Différencier chaque type d'événement en fonction de l'objectif et du besoin
- ♦ Gérer les équipes de communication et de marketing
- ♦ Mettre en œuvre les nouvelles tendances en matière d'événements immersifs et expérientiels
- ♦ Connaître le secteur MICE, son champ d'action et ses acteurs
- ♦ Évaluer les procédures opérationnelles dans le domaine du tourisme d'affaires et de l'événementiel afin de réaliser une analyse complète de son processus de production en termes d'excellence et de qualité de service
- ♦ Comprendre le protocole d'action à suivre en cas d'urgence
- ♦ Gérer la logistique et les opérations de l'événement en fonction des besoins de l'événement
- ♦ Connaître les réseaux sociaux et l'importance de la communication directe dans la communication d'un événement
- ♦ Coordonner le parrainage de l'événement et ses aspects les plus pertinents avec les participants
- ♦ Résoudre les incidents *in situ* et les protocoles d'action dans chaque cas
- ♦ Maîtriser les relations interpersonnelles comme outil de gestion essentiel pour le développement et la réussite de l'événement
- ♦ Rechercher et gérer les informations appropriées pour prendre des décisions qui contribuent à la réalisation des objectifs de l'organisation

04

Direction de la formation

TECH a créé un programme dont le contenu exclusif a été sélectionné par des experts professionnels de l'organisation d'événements, qui développent actuellement avec succès leur travail professionnel et qui disposent d'une vaste expérience, tant dans le domaine des affaires que dans le domaine universitaire ou de l'enseignement. Cela confère au Mastère Spécialisé sa propre identité, avec un excellent contenu et des études de cas imbattables et parfaitement à jour.



“

Vous vivrez l'expérience avec des enseignants professionnels de la région. Certains d'entre eux ont publié des articles remarquables dans des revues universitaires. Ils concentrent leurs recherches sur l'utilisation des nouvelles technologies dans les secteurs du marketing et de la communication.

Direction



M. Gil Tomas, Tommy

- ◆ Fondateur et directeur général de l'Atelier MICE
- ◆ Conseiller en gestion de projet pour la Conférence mondiale de l'UNESCO sur l'enseignement supérieur
- ◆ Directeur du développement de Creativalab S.L
- ◆ Directeur de Barcelona Congrèso Mèdic S.L
- ◆ Maîtrise en gestion du marketing
- ◆ Maîtrise en marketing pharmaceutique de l'ISM-ESIC
- ◆ Diplôme en droit fiscal de l'ESINE

Professeurs

M. Perelló Sobrepere, Marc

- ◆ Responsable de la communication et du marketing de l'entreprise
- ◆ Directeur du secteur numérique et de la stratégie chez Creativalab SL
- ◆ Dircom et chef du secteur communication et marketing du groupe Abantia
- ◆ Dircom et responsable du secteur communication et marketing chez Managing Incompetence
- ◆ Professeur de marketing et de communication dans le cadre d'études universitaires de troisième cycle
- ◆ Auteur et co-auteur d'articles pour des revues spécialisées en communication
- ◆ Docteur en sciences de la communication de l'université Ramon Llull
- ◆ Diplômé en journalisme de l'université CEU Abat Oliba
- ◆ Diplôme en publicité et relations publiques de l'université CEU Abat Oliba
- ◆ Maîtrise en sciences humaines et sociales de l'université CEU Abat Oliba



05

Structure et contenu

L'approche pratique et expérimentale exceptionnelle, ainsi que sa formule innovante d'apprentissage en ligne, rendent ce Mastère Spécialisé en Organisation d'Événements. La valeur différentielle de la spécificité des sujets à couvrir, distribués en 10 modules, chacun avec 10 sujets et 3 sous-thèmes, qui fourniront une vision élargie et mise à jour du secteur du début à la fin du programme. Avec l'intervention d'enseignants professionnels actifs dans le secteur, qui fourniront des cas réels, enrichissant l'expérience de l'étudiant grâce à la méthodologie *Relearning*, qui permet un apprentissage progressif et naturel.



“

La mise à jour et la formation professionnelle sont la base de votre succès professionnel. TECH vous propose ce programme en ligne avec une méthodologie qui vous permet d'économiser de nombreuses heures d'étude"

Module 1. L'industrie de l'événementiel et du tourisme d'affaires

- 1.1. Le monde du MICE
 - 1.1.1. Qu'est-ce que le secteur MICE?
 - 1.1.2. Qui en fait partie?
 - 1.1.3. Quel est leur champ d'action?
- 1.2. Acteurs et aperçu du secteur et de son impact économique
 - 1.2.1. Impact économique du secteur en Espagne
 - 1.2.2. Nombre d'événements et de personnes qu'il déplace chaque année
 - 1.2.3. Prévisions de croissance pour l'après COVID-19
- 1.3. Congrès, conventions, incitations
 - 1.3.1. Qu'est-ce qu'une convention, un congrès et une incitation?
 - 1.3.2. Principales différences entre ces événements
 - 1.3.3. Types de conventions, de congrès et d'incentives
- 1.4. Les foires commerciales
 - 1.4.1. Principales caractéristiques des foires commerciales
 - 1.4.2. Types de foires
 - 1.4.3. Le salon professionnel
- 1.5. Le rôle des *Convention Bureau*
 - 1.5.1. Qu'est-ce qu'un *Convention Bureau*?
 - 1.5.2. Objectif d'un *Convention Bureau*
 - 1.5.3. Coordination entre les organismes publics et privés
- 1.6. Marketing d'une destination
 - 1.6.1. Forces et faiblesses de la destination
 - 1.6.2. Menaces et atouts de la destination
 - 1.6.3. Différenciation et avantages concurrentiels
- 1.7. Les événements culturels
 - 1.7.1. Les événements culturels
 - 1.7.2. Types d'événements culturels
 - 1.7.3. Comment gérer des événements culturels rentables?
- 1.8. Les événements musicaux
 - 1.8.1. Étude du marché des grands concerts en Espagne
 - 1.8.2. Importance du *Ticketing*
 - 1.8.3. *Merchandising* et sponsoring des concerts

- 1.9. Événements sociaux
 - 1.9.1. Le marché du mariage en Espagne
 - 1.9.2. Le rôle du *Wedding Planner*
 - 1.9.3. Célébrations et autres fêtes
- 1.10. Événements sportifs
 - 1.10.1. Événements sportifs majeurs
 - 1.10.2. Règlements relatifs aux manifestations sportives
 - 1.10.3. *Sponsoring*

Module 2. Conception des événements

- 2.1. Gestion de projet
 - 2.1.1. Collecte d'informations, lancement du projet: Que faut-il savoir?
 - 2.1.2. Étude des emplacements possibles
 - 2.1.3. Avantages et inconvénients des options choisies
- 2.2. Techniques de recherche *Design Thinking*
 - 2.2.1. Cartographie des parties prenantes
 - 2.2.2. *focus group*
 - 2.2.3. *Analyse comparative*
- 2.3. *Design Thinking* expérimentale
 - 2.3.1. Immersion cognitive
 - 2.3.2. Observation secrète
 - 2.3.3. *World Café*
- 2.4. Définition du public cible
 - 2.4.1. A qui s'adresse l'événement?
 - 2.4.2. Pourquoi organisons-nous l'événement?
 - 2.4.3. Quel est le but de l'événement?
- 2.5. Tendances
 - 2.5.1. Nouvelles tendances en matière de mise en scène
 - 2.5.2. Entrées numériques
 - 2.5.3. Événements immersifs et expérientiels

- 2.6. Personnalisation et aménagement de l'espace
 - 2.6.1. Adaptation de l'espace à la marque
 - 2.6.2. *Branding*
 - 2.6.3. Manuel de la marque
 - 2.7. Marketing expérientiel
 - 2.7.1. Vivre l'expérience
 - 2.7.2. Événement immersif
 - 2.7.3. Entretenir la mémoire
 - 2.8. Signalisation
 - 2.8.1. Techniques de signalisation
 - 2.8.2. La vision de l'accompagnateur
 - 2.8.3. Cohérence de l'histoire. Événement avec signalisation
 - 2.9. Les lieux de l'événement
 - 2.9.1. Études des lieux possibles. Les 5 pourquoi
 - 2.9.2. Choix du lieu en fonction de l'événement
 - 2.9.3. Critères de sélection
 - 2.10. Mise en scène proposée. Types de lieux
 - 2.10.1. Nouvelles propositions de mise en scène
 - 2.10.2. Priorité à la proximité de l'orateur
 - 2.10.3. Scénarios liés à l'interaction
- Module 3. Planification d'événements**
- 3.1. *Timing* et organisation du programme
 - 3.1.1. Temps disponible pour l'organisation de l'événement
 - 3.1.2. Jours de l'événement
 - 3.1.3. Activités de l'événement
 - 3.2. Organisation des espaces
 - 3.2.1. Nombre de participants attendus
 - 3.2.2. Nombre de salles simultanées
 - 3.2.3. Format des salles
 - 3.3. Intervenants et invités
 - 3.3.1. Choix des orateurs
 - 3.3.2. Contact et confirmation des intervenants
 - 3.3.3. Gestion de la présence des intervenants
 - 3.4. Protocole
 - 3.4.1. Éventail des personnalités invitées
 - 3.4.2. Dispositions relatives à la présidence
 - 3.4.3. Organisation des parlements
 - 3.5. Sécurité
 - 3.5.1. Le contrôle d'accès: l'angle de la sécurité
 - 3.5.2. Coordination avec le FCSE
 - 3.5.3. Contrôle interne des espaces
 - 3.6. Urgences
 - 3.6.1. Plan d'évacuation
 - 3.6.2. Évaluation des besoins d'urgence
 - 3.6.3. Mise en place d'un point d'assistance médicale
 - 3.7. Connaissances
 - 3.7.1. Évaluation des capacités
 - 3.7.2. Répartition des participants au siège
 - 3.7.3. Capacités maximales et décisions à prendre
 - 3.8. Accès
 - 3.8.1. Étude du nombre d'accès
 - 3.8.2. Capacité de chacun des Accès
 - 3.8.3. Calcul des *Timing* d'entrée et de sortie à chaque accès
 - 3.9. Transport
 - 3.9.1. Évaluation des possibilités de transport
 - 3.9.2. Accessibilité des transports
 - 3.9.3. Transports personnels ou publics. Avantages et inconvénients
 - 3.10. Sites
 - 3.10.1. Combien de lieux l'événement comporte-t-il?
 - 3.10.2. Où sont-ils situés?
 - 3.10.3. Facilité d'accès aux sites

Module 4. La création de candidatures à un événement

- 4.1. Choix de la destination
 - 4.1.1. Étude de la destination
 - 4.1.2. Possibilités de la destination; atouts
 - 4.1.3. Infrastructure de la destination
- 4.2. Avantages de la destination
 - 4.2.1. Facilités de transport et d'accès
 - 4.2.2. Hébergement et lieux d'accueil
 - 4.2.3. Offre touristique
- 4.3. Capacité de la destination
 - 4.3.1. Type d'événement qu'elle peut accueillir
 - 4.3.2. Combien de vols, d'autoroutes, d'aéroports et de compagnies aériennes sont disponibles?
 - 4.3.3. Centres de conférence, Venues et hôtels disponibles
- 4.4. Offre culturelle et d'activités de la destination
 - 4.4.1. Offre gastronomique de la destination
 - 4.4.2. Offre culturelle et de loisirs de la destination
 - 4.4.3. Activités à réaliser dans la destination
- 4.5. L'hébergement
 - 4.5.1. Étude de l'offre hôtelière
 - 4.5.2. Étude de l'offre d'appartements, de campings et autres
 - 4.5.3. Offre de résidences étudiantes
- 4.6. Transport
 - 4.6.1. Facilité d'accès à la destination
 - 4.6.2. Accès et transport vers la Venue
 - 4.6.3. Offres de transport interne de la destination
- 4.7. Universités et centres de recherche
 - 4.7.1. Connaître le nombre d'universités dans la destination
 - 4.7.2. Combien y a-t-il de centres de recherche?
 - 4.7.3. Curriculum vitae ou prestige des universités et des centres de recherche
- 4.8. Équipements sportifs et culturels
 - 4.8.1. Nombre d'installations sportives disponibles sur le lieu de destination
 - 4.8.2. Combien d'équipements culturels sont disponibles dans la destination?
 - 4.8.3. Capacités des installations et possibilités d'utilisation



- 4.9. Gastronomie, architecture et art
 - 4.9.1. Offre gastronomique de la ville. Restaurants étoilés Michelin
 - 4.9.2. Offre de musées
 - 4.9.3. Architectes de renom ou bâtiments singuliers de la destination
- 4.10. Lieux de congrès et de sport
 - 4.10.1. Nombre de centres de congrès et de conventions
 - 4.10.2. Nombre de salles et de pavillons de sport
 - 4.10.3. Infrastructures. Possibilités de salles de congrès et de sport

Module 5. Gestion financière

- 5.1. Budget de l'événement
 - 5.1.1. Réalisation du budget de l'événement
 - 5.1.2. *Timing* du budget
 - 5.1.3. Présentation du budget
- 5.2. Recettes
 - 5.2.1. Types de recettes
 - 5.2.2. Possibilités de confirmation des recettes
 - 5.2.3. Facilités de paiement des recettes
- 5.3. Dépenses
 - 5.3.1. Types de dépenses: fixes et variables
 - 5.3.2. Possibilités d'action en matière de dépenses
 - 5.3.3. Modalités de paiement avec les fournisseurs
- 5.4. Plan d'urgence
 - 5.4.1. Mesures à prendre en cas d'augmentation des coûts
 - 5.4.2. Mesures à prendre en cas de baisse des revenus
 - 5.4.3. Pourcentage des dépenses imprévues
- 5.5. Compte d'exploitation
 - 5.5.1. Établissement du compte d'exploitation
 - 5.5.2. Rentabilité du compte de résultat
 - 5.5.3. Actions à mettre en œuvre sur la base du compte de résultat
- 5.6. Gestion des bénéfices
 - 5.6.1. Objectif de l'événement et de ses bénéfices
 - 5.6.2. Gestion des bourses et subventions
 - 5.6.3. Possibilités d'investissement

- 5.7. *Cash Flow*
 - 5.7.1. Qu'est-ce que le *Cash Flow*?
 - 5.7.2. Intrants du *Cash Flow*
 - 5.7.3. Mesures à prendre sur la base du *Cash Flow*
- 5.8. Fiscalité
 - 5.8.1. Imposition des bénéficiaires en fonction de leur utilisation
 - 5.8.2. La TVA et son impact (national et international)
 - 5.8.3. Différence entre les sociétés commerciales et les sociétés à but non lucratif
- 5.9. Gestion des commissions
 - 5.9.1. Déterminer le nombre de commissions à réaliser
 - 5.9.2. Gérer les commissions en fonction du client
 - 5.9.3. Accord de commission avec le fournisseur
- 5.10. Amortissement. ROI
 - 5.10.1. Calcul du retour sur investissement
 - 5.10.2. *Timing* du retour sur investissement
 - 5.10.3. Amortissement du ou des investissements

Module 6. Stratégies de gestion du marketing et de la communication

- 6.1. Communication stratégique
 - 6.1.1. Communication stratégique dans les événements
 - 6.1.2. L'importance de l'environnement dans la stratégie
 - 6.1.3. L'engagement des marques en faveur du *Long Term Return*
- 6.2. Le comportement des consommateurs
 - 6.2.1. Nouvelle interprétation de la pyramide de Maslow
 - 6.2.2. La psychologie du consommateur aujourd'hui
 - 6.2.3. La revendication de Google pour un nouveau modèle comportemental
- 6.3. L'objectif de la marque
 - 6.3.1. Importance actuelle de l'objectif de la marque
 - 6.3.2. Recherche de la valeur et de l'objectif de la marque
 - 6.3.3. Intégration ou coexistence de la finalité et de la RSE
- 6.4. La durabilité en tant que stratégie
 - 6.4.1. Découverte et pratique de la durabilité
 - 6.4.2. Communiquer les objectifs de développement durable
 - 6.4.3. Mise en œuvre des ODD lors d'événements

- 6.5. Défis mondiaux en matière de communication
 - 6.5.1. Théories du marketing international
 - 6.5.2. *Cross - Cultural Marketing* et ses applications
 - 6.5.3. Transfert de marques et de messages vers d'autres pays
- 6.6. Publicité et marketing
 - 6.6.1. Publicité traditionnelle et numérique
 - 6.6.2. Créativité: art ou science
 - 6.6.3. Actions et outils pour les événements
- 6.7. Modèles d'analyse
 - 6.7.1. Analyse interne: SWOT et CAME
 - 6.7.2. Analyse stratégique: Boston et Ansoff
 - 6.7.3. Analyse externe Les 5 forces de Porter et PESTEL
- 6.8. Relations avec les médias
 - 6.8.1. Conférences de presse, communiqués de presse et autres outils
 - 6.8.2. Formation des porte-parole
 - 6.8.3. Communication de crise
- 6.9. Relations avec les agences
 - 6.9.1. Appels d'offres, contrats et autres pratiques
 - 6.9.2. Gestion et mise en œuvre des projets
 - 6.9.3. Mesure du projet et résultats
- 6.10. Le plan de communication
 - 6.10.1. Le plan de communication
 - 6.10.2. Développer la partie tactique du plan de communication
 - 6.10.3. Mise en œuvre et suivi du plan de communication

Module 7. Gestion du marketing et numérisation des événements

- 7.1. Numérisation des événements
 - 7.1.1. Nouvelles technologies de communication
 - 7.1.2. Événements numériques
 - 7.1.3. *Big Data*. Mesures et analyses
- 7.2. Segmentation numérique
 - 7.2.1. Nouveaux publics et typologies d'utilisateurs
 - 7.2.2. Nouvelles variables de segmentation
 - 7.2.3. Le *Buyer persona* et son développement

- 7.3. Numérisation de l'information
 - 7.3.1. Penser et communiquer de manière numérique
 - 7.3.2. Nouveaux modèles de *Knowledge Management*
 - 7.3.3. *Fake News* et autres ennemis de la numérisation
- 7.4. Gestion de la réputation numérique
 - 7.4.1. L'image de marque personnelle
 - 7.4.2. *Écoute sociale*
 - 7.4.3. *Inbound Marketing*
- 7.5. *Branding* digital
 - 7.5.1. *Branding* de marque
 - 7.5.2. *Branding* d'évènement
 - 7.5.3. Actions à mener conformément au compte d'exploitation
- 7.6. Processus de *Benchmarking*
 - 7.6.1. Objectif de l'évènement
 - 7.6.2. Analyse de la concurrence
 - 7.6.3. *Benchmarking* des résultats
- 7.7. Campagnes événementielles
 - 7.7.1. *Brainstorming* et brainstorming
 - 7.7.2. Partie interne et externe de la campagne
 - 7.7.3. Mise en œuvre et suivi de la campagne
- 7.8. Outils numériques
 - 7.8.1. Définition des objectifs et des stratégies
 - 7.8.2. Sélection des canaux et des plateformes
 - 7.8.3. Optimisation des résultats en temps réel
- 7.9. Les réseaux sociaux
 - 7.9.1. Connaissance et utilisation des réseaux sociaux
 - 7.9.2. Rôles les plus importants pour un événement
 - 7.9.3. Exécution des médias sociaux en direct pour un événement
- 7.10. Gestion des équipes de marketing et de communication
 - 7.10.1. Compétences en matière de leadership
 - 7.10.2. Les clés d'un *Management* pragmatique
 - 7.10.3. La gestion au quotidien

Module 8. Gestion des opérations et logistique événementielle

- 8.1. Opérations et logistique des activités
 - 8.1.1. Étude des besoins de l'activité
 - 8.1.2. Planifier les opérations nécessaires
 - 8.1.3. Connaître les besoins du personnel de l'opération
- 8.2. Logistique de transport et d'accès
 - 8.2.1. Logistique en fonction des types de transport pour l'événement
 - 8.2.2. Logistique d'accès
 - 8.2.3. Capacité aux points d'accès et de transport
- 8.3. Gestion RH de l'événement
 - 8.3.1. Types de ressources humaines disponibles pour l'événement
 - 8.3.1. Communication interne
 - 8.3.3. Hiérarchies et chaînes de commandement
- 8.4. Gestion des fournisseurs
 - 8.4.1. Politique de communication avec les fournisseurs
 - 8.4.2. Gestion des activités de chaque fournisseur
 - 8.4.3. Adaptabilité et besoins de chaque fournisseur
- 8.5. Opérations pour les orateurs et les invités VIP
 - 8.5.1. Protocole de contact avec les VIP
 - 8.5.2. Gestion des besoins des invités de marque (zones d'accès, sécurité, transport, etc.)
 - 8.5.3. Gestion du personnel de soins et d'assistance aux VIP. Conférencier
- 8.6. Gestion de l'accessibilité
 - 8.6.1. Gérer l'accessibilité à l'événement. Tâches à accomplir
 - 8.6.2. Gastronomie inclusive et respectueuse
 - 8.6.3. Programmes d'inclusion pour les participants ayant des difficultés
- 8.7. Gestion de la durabilité
 - 8.7.1. Gastronomie de proximité
 - 8.7.2. Gestion des déchets de l'événement
 - 8.7.3. Sélection de matériaux et de produits durables
- 8.8. *Transfers* et opérations de transport interne
 - 8.8.1. Protocole de gestion des *Transfers* des hôtes
 - 8.8.2. La difficulté de l'aéroport et de ses opérations
 - 8.8.3. Gestion et résolution des incidents

- 8.9. Opérations des services d'assistance
 - 8.9.1. *Hospitality Desk*
 - 8.9.2. Segmentation des espaces de service
 - 8.9.3. Gestion des incidents spéciaux
- 8.10. Montage et démontage de l'événement
 - 8.10.1. Calcul du *Timing* et du personnel pour le montage
 - 8.10.2. Exigences en matière de logistique du montage
 - 8.10.3. Logistique du démontage de l'événement

Module 9. Parrainage d'événements

- 9.1. Planification et stratégie de parrainage: *Target Group*
 - 9.1.1. Aspects à analyser du secteur à parrainer
 - 9.1.2. Sélection des meilleurs sponsors
 - 9.1.3. Ce qui doit être parrainé et les causes du parrainage
- 9.2. Politiques sectorielles. Code d'éthique. *Conformité*
 - 9.2.1. Code d'éthique de chaque secteur
 - 9.2.2. Gestion des données du promoteur
 - 9.2.3. Les départements de *Compliance* et leur importance
- 9.3. Génération du dossier de sponsoring. Présentation
 - 9.3.1. Présentation
 - 9.3.2. Identification
 - 9.3.3. Objectifs
- 9.4. Génération du dossier de sponsoring. Données techniques
 - 9.4.1. Identification des mentions et des avenants
 - 9.4.2. Données historiques
 - 9.4.3. Possibilités de parrainage
- 9.5. Gestion des prix de vente
 - 9.5.1. Calcul des prix de vente du parrainage
 - 9.5.2. Vente individuelle par concept
 - 9.5.3. Vente groupée de différents parrainages
- 9.6. Plans et emplacements des espaces d'exposition
 - 9.6.1. Création du plan du *Stands*
 - 9.6.2. Création du plan du stand
 - 9.6.3. Flux de circulation des participants

- 9.7. Planification de l'espace d'exposition
 - 9.7.1. Visualisation
 - 9.7.2. Exposition
 - 9.7.3. Équité en termes de volume
- 9.8. Politiques de commercialisation
 - 9.8.1. Où vendre le parrainage
 - 9.8.2. Comment vendre le parrainage
 - 9.8.3. Conditions de paiement et pénalités
- 9.9. Gestion et suivi des ventes de parrainage
 - 9.9.1. Réalisation et prévision du parrainage
 - 9.9.2. Étude de faisabilité
 - 9.9.3. Réalisation des objectifs ou réorientation
- 9.10. Fidélisation du parrainage
 - 9.10.1. Actions visant à fidéliser le parrainage
 - 9.10.2. Services à fournir
 - 9.10.3. Améliorations ou innovations

Module 10. Numérisation des événements; développement d'un événement numérique

- 10.1. L'ère COVID-19 dans l'événementiel
 - 10.1.1. Aspects importants à connaître
 - 10.1.2. Surveillance continue. Normes sanitaires gouvernementales
 - 10.1.3. *Timing* des décisions
- 10.2. Planification d'événements numériques. Échelle
 - 10.2.1. Création de l'ordre du jour
 - 10.2.2. Éléments à prendre en compte dans la play-list
 - 10.2.3. Aspects à refléter dans la liste de lecture. Priorités
- 10.3. Choix des fournisseurs
 - 10.3.1. Choix du *Partner* technologique
 - 10.3.2. Exigences à demander au fournisseur
 - 10.3.3. Choix des fournisseurs. Facteur prix vs. Facteur valeur. Expérience
- 10.4. Gestion du réseau et de l'internet
 - 10.4.1. Questions relatives à la gestion du réseau à prendre en compte
 - 10.4.2. Passation de contrats de services Internet
 - 10.4.3. Tests de stress et de saturation des réseaux





- 10.5. Objectifs de sensibilisation. Audience
 - 10.5.1. Déterminer le public cible.
 - 10.5.2. Diffusion dans d'autres langues
 - 10.5.3. Salles de diffusion
- 10.6. Interaction des participants. Vote
 - 10.6.1. Mise en œuvre du système d'interaction
 - 10.6.2. Éléments à prendre en compte dans l'interaction des participants.
 - 10.6.3. Formulaire et procédures pour le développement de l'interaction
- 10.7. Vidéos d'introduction. *Kyrons*. Musique
 - 10.7.1. *Kyrons*
 - 10.7.2. Importance des introductions
 - 10.7.3. Ressources à prendre en compte
- 10.8. Coordination sur place et numérique. Intervenants *in situ* et à distance
 - 10.8.1. Contact avec les intervenants
 - 10.8.2. Remise du programme d'action aux intervenants
 - 10.8.3. *Timing* et organisation de l'intervention des orateurs. Règles à suivre
- 10.9. Génération de décors virtuels
 - 10.9.1. Chroma
 - 10.9.2. Arrière
 - 10.9.3. Écran *Leds*
- 10.10. Contrôle des événements virtuels et hybrides
 - 10.10.1. Suivi de l'événement via le système de gestion des événements
 - 10.10.2. Horaire et ordre de diffusion
 - 10.10.3. Résolution des incidents en direct

06

Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: **le Relearning**.

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le **New England Journal of Medicine**.



“

Découvrez le Relearning, un système qui abandonne l'apprentissage linéaire conventionnel pour vous emmener à travers des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui s'est avérée extrêmement efficace, en particulier dans les matières qui nécessitent la mémorisation”

Étude de Cas pour mettre en contexte tout le contenu

Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



Vous bénéficierez d'un système d'apprentissage basé sur la répétition, avec un enseignement naturel et progressif sur l'ensemble du cursus.



L'étudiant apprendra, par le biais d'activités collaboratives et de cas réels, à résoudre des situations complexes dans des environnements commerciaux réels.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Cette formation TECH est un programme d'enseignement intensif, créé de toutes pièces, qui propose les défis et les décisions les plus exigeants dans ce domaine, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et professionnelle la plus actuelle.



Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière"

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé dans les meilleures écoles de commerce du monde depuis qu'elles existent. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs décisions.

Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des études de cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe 8 éléments didactiques différents dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

En 2019, nous avons obtenu les meilleurs résultats d'apprentissage de toutes les universités en ligne du monde.

À TECH, vous apprenez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning. Notre université est la seule université autorisée à utiliser cette méthode qui a fait ses preuves. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.





Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). C'est pourquoi nous combinons chacun de ces éléments de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

D'après les dernières preuves scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette manière, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning, les différents éléments de notre programme sont reliés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.

Ce programme offre le meilleur support pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



Cours magistraux

Il existe des preuves scientifiques de l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" renforce les connaissances et la mémoire, et donne confiance dans les futures décisions difficiles.



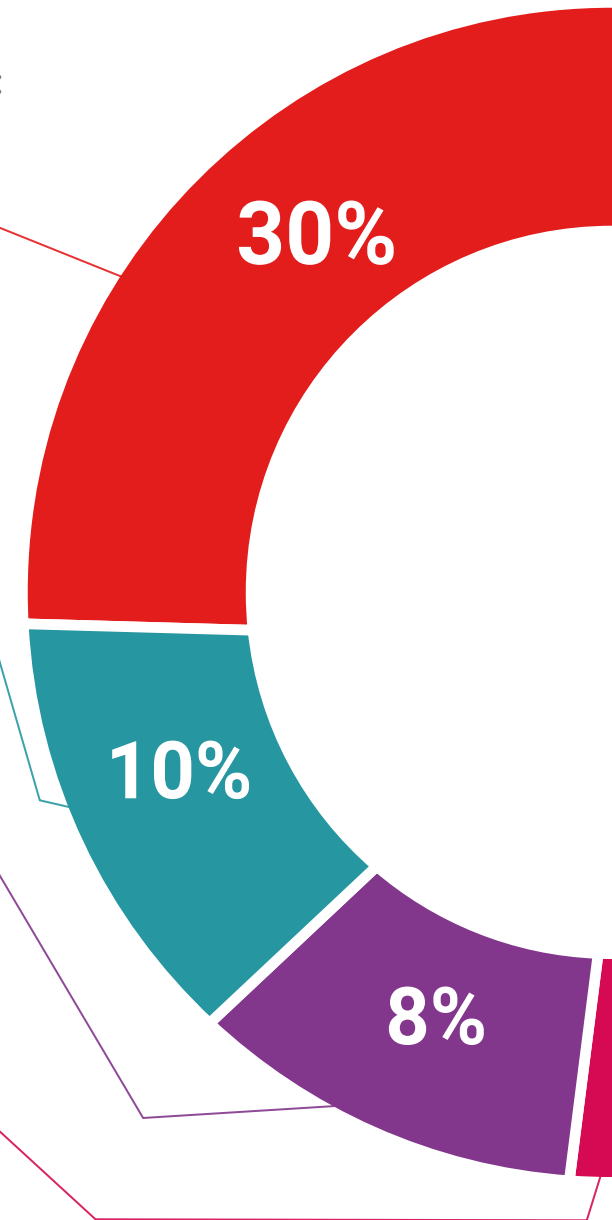
Pratiques en compétences et aptitudes

Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Case studies

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la scène internationale.



Résumés interactifs

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont périodiquement évaluées et réévaluées tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



07 Diplôme

Le Mastère Spécialisé en Organisation d'Événements vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Mastère Spécialisé délivré par TECH Université Technologique.



“

Finalisez cette formation avec succès et recevez votre Mastère Spécialisé sans avoir à vous soucier des déplacements ou des démarches administratives”

Ce **Mastère Spécialisé en Organisation d'Événements** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception son correspondant diplôme de **Mastère Spécialisé** délivré par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Mastère Spécialisé, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Mastère Spécialisé en Organisation d'Événements**
N.° d'Heures Officielles: **1.500 h.**



*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.

future
santé confiance personnes
éducation information tuteurs
garantie accréditation enseignement
institutions technologie apprentissage
communauté engagement
service personnalisé innovation
connaissance présent qualité
en ligne formation
développement institutions
classe virtuelle langues

tech université
technologique

Mastère Spécialisé

Organisation
d'Événements

Modalité: En ligne

Durée: 12 mois

Diplôme: TECH Université Technologique

Heures de cours: 1.500 h.

Mastère Spécialisé

Organisation d'Événements