



PROGRAMME DE FORMATION
BACHELOR 3 ÉVÉNEMENTIEL

Formation certifiante en 1 an, délivrée sous l'autorité de l'ARTES, ADE Holding et EAC - ING Paris et menant à la certification

CHEF DE PROJETS CULTURELS ET ÉVÉNEMENTIELS

NIVEAU 6

Inscrite au RNCP sous la référence 36639,
publiée au Journal Officiel le 21 mars 2021.

[Voir la fiche RNCP](#)

Objectifs et contexte de la certification

Le chef de projets culturels et événementiels travaille au sein de structures à vocation culturelle, sociale ou de développement qui interviennent aux bénéfices de populations urbaines, périurbaines ou rurales dans une logique de conception et d'organisation d'actions culturelles, créatrices du lien social et/ou de développement économique. Il préconise, conçoit et met en œuvre des projets culturels et événementiels dans les domaines du spectacle vivant, de l'événementiel, de la valorisation du patrimoine et des arts plastiques en favorisant les initiatives participatives et le développement durable. Il trouve les financements nécessaires à leur réalisation et organise la communication autour de ces événements.

DÉBOUCHÉS

Cette formation prépare aux métiers de :

- Chargé de développement culturel
- Développeur culturel
- Agent de développement culturel
- Chef de projet culturel
- Chef de projet événementiel
- Coordonnateur de développement culturel
- Responsable d'association culturelle
- Chargé des événements et des commémorations
- Chargé de l'action culturelle
- Chargé d'études
- Chargé de mission culture
- Chargé de mission culture, arts et patrimoine
- Chargé des affaires culturelles
- Délégué culturel
- Coordonnateur de Tiers-lieux
- Consultant culturel



PROGRAMME

COURS & CONFÉRENCES

- Atelier PAO
- Communication Digitale
- Webmarketing
- Communication de crise
- Conception Rédaction
- English Coaching
- Enjeux de la transition écologique dans les métiers des RP
- Planning Stratégique & Insight
- Relations Presse
- Social Media

RÉALISATION DE PROJETS

- Gestion de projet Web
- Com' for Climate
- Compétition d'agences
- Séminaire : Digitalisation de l'événementiel
- Séminaire : Piloter un projet événementiel

*Ce programme peut se voir appliquer quelques aménagements mineurs en fonction des campus.
Il intègre également un parcours digital personnalisé (30 heures) et un cycle de conférences.*

RYTHME ET DURÉE

L'action de formation est d'une durée de 450 heures étalées sur 12 mois

La formation prévoit une immersion en milieu professionnel et se déroule ainsi sur un rythme alterné : **un jour par semaine à l'école, quatre jours en entreprise**. En plus de la journée hebdomadaire à l'école, l'apprenant bénéficiera de 7 semaines de séminaires et projets au cours de l'année de formation.

Date de rentrée : Octobre*

** Le calendrier précis de la formation peut varier d'un campus à l'autre ; il vous sera remis au moins 4 mois avant le début de la formation.*

VOIE D'ACCÈS

Cette formation professionnalisante inclut obligatoirement **une période de 6 mois d'immersion** en entreprise par an. Le rythme alterné permet ainsi plusieurs voies d'accès :

- Stage alterné
- Contrat d'apprentissage
- Contrat de professionnalisation

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Nos infrastructures sont accessibles aux personnes à mobilité réduite (PMR).

Des adaptations de parcours sont envisageables afin de prendre en compte les besoins spécifiques d'ordre visuel, auditif, cognitif, psychique et autres maladies invalidantes etc.

Dans le cas où les moyens internes ne seraient pas suffisants, nous nous mettrons en lien avec des partenaires du champ du handicap afin de répondre au mieux à vos besoins.

Si vous êtes en situation de handicap, des aménagements peuvent vous être proposés. N'hésitez pas à vous rapprocher de notre référent handicap à l'adresse : handicap-diversite@espub.com.

PUBLICS & PRÉREQUIS

Formation accessible à toute personne en formation initiale ou en reprise d'études, intéressée par le domaine de la communication.

Etre titulaire d'une qualification de niveau 5 ou justifier d'une pratique professionnelle avérée dans les secteurs de la culture et/ou du développement local et/ou du social et/ou de la communication ou justifier d'une pratique amateur (bénévole) avérée et régulière au sein d'une association culturelle et/ou de développement local et/ou sociale.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET D'ENCADREMENT

- Une offre de programmes élaborée par un comité d'experts accompagné de la direction pédagogique et des directions de campus.
- Des responsables pédagogiques qui s'assurent du respect de la mise en place des programmes au sein des campus, de la coordination des formateurs et qui font le relais avec les apprenants.
- Des assistants pédagogiques qui sont garants du bon déroulement des formations.
- Des intervenants de qualité venant du monde professionnel afin de dispenser les meilleures techniques du marché aux apprenants de la formation professionnelle continue.

Le travail de groupe, les interventions de professionnels du secteur et les études de cas réels et concrets permettent aux stagiaires d'acquérir une autonomie conforme aux exigences des entreprises. Le temps partagé entre école et entreprise, ainsi que la mixité des techniques pédagogiques utilisées garantissent les bonnes conditions de l'acquisition des compétences.

MOYENS TECHNIQUES

- Accès permanent à l'école aux heures d'ouverture
- Abonnement annuel à une plateforme collaborative (Slack ou Teams) - *offert par l'école*
- Abonnement annuel à la suite Microsoft Office 365 - *offert par l'école*
- Abonnement annuel à la suite Adobe Creative Cloud - *offert par l'école*
- Accès à une plateforme Learning Management System (LMS)
- Accès à la plateforme de suivi de scolarité Hyperplanning
- Séances de formation en salle équipées (ordinateur et vidéoprojecteur)
- Prêt matériel multimédia sur demande
- Studio photo et vidéo
- Accès à des logiciels partenaires de l'école

COMPÉTENCES ATTESTÉES

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

Accompagner des porteur.euse.s de projets culturels (associations, entreprises culturelles, collectivités territoriales) dans la conception et la recherche de financements de leurs actions

- Analyser les données socio-économiques, culturelles et politiques du territoire dans lequel s'inscrit le porteur du projet, pour dégager des axes d'intervention et définir la nature du ou des projets culturels pouvant être mis en place dans une logique de développement local.
- Conseiller et accompagner les porteurs de projets culturels dans la création de leur entreprise culturelle (choix juridique, social et fiscal) (entreprises commerciales ou association relevant de la loi du 01/07/1901) pour garantir la faisabilité du projet, et dans la mise en place des personnes morales de droit privé à but non lucratif (association et Fonds de Dotation)
- Apporter des conseils techniques, artistiques et financiers pour le montage et la mise en cohérence des différents projets culturels en fonction des attentes et de la stratégie de la collectivité.
- Construire des partenariats stratégiques (publics et privés) pour contribuer au développement et à la pérennisation des projets culturels, accompagner la mise en place de coproductions avec les institutions ou les entreprises culturelles, les artistes et les auteurs.
- Rechercher des financements (publics ou privés) par la rédaction de dossiers de demande de subvention, de cofinancements issus du mécénat ou de cofinancements liés aux procédures d'Appels à Projets de la Commission Européenne (Sous-programme « Culture ») pour optimiser la faisabilité du projet culturel.

Concevoir, organiser et mettre en œuvre des projets culturels et évènementiels (spectacle, exposition, festival, événement commémoratif, valorisation du patrimoine)

- Définir les objectifs et le concept du(des) projet(s) culturel(s) ou évènementiel(s) en prenant en compte, les orientations de la structure porteuse, les besoins culturels exprimés par le territoire et les conditions d'accès à l'offre culturelle.
- Identifier et mobiliser les partenariats stratégiques ainsi que les autres moyens (humains et logistiques) nécessaires à la réalisation qualitative du projet ou de l'évènementiel, en s'appuyant sur sa connaissance du(des) domaine(s) culturel(s), du territoire et des réseaux constitués.
- Élaborer le montage budgétaire pour garantir l'équilibre financier du projet en sollicitant des financements spécifiques.
- Planifier les différentes actions constitutives du projet culturel et organiser leur animation.
- Respecter le cadre réglementaire (administratif ou de sécurité) spécifique au domaine culturel porté par le projet (spectacle en salle ou en extérieur, exposition, valorisation du patrimoine, festival et fête de quartier...) pour garantir sa faisabilité.
- Coordonner les différents intervenants impliqués dans le projet culturel en rédigeant les cahiers des charges, et travailler avec l'équipe affectée par la structure à la mise en œuvre du projet.
- Mesurer les effets et l'impact du(des) projet(s) ou de l'évènementiel culturel(s) au regard des objectifs et des critères de résultats définis en amont, en construisant des outils d'évaluation.
- Analyser et exploiter les résultats de l'évaluation pour définir avec les structures porteuses du projet, les stratégies futures.

Développer les publics et les démarches de médiation

- Construire à partir d'objectifs définis, un programme d'action culturelle reposant sur des actions de médiation, de sensibilisation et de découverte de nouvelles pratiques artistiques et culturelles, permettant de développer la fréquentation de sa structure, de diversifier et de fidéliser les publics.
- Concevoir « dans et hors les murs », des actions de médiation et de sensibilisation culturelles à destination des jeunes publics et/ou des publics éloignés de l'offre culturelle, en travaillant avec les partenaires locaux et en s'appuyant sur les réseaux existants.

- Définir et mettre en place, les formes et outils d'accompagnement nécessaires aux situations de médiation envisagées (livrets et brochures pédagogiques, visites accompagnées, rencontres avec des artistes, ateliers de pratiques)
- Mobiliser et mettre en place les moyens (humains, matériels et organisationnels) permettant l'accueil et l'accompagnement qualitatif des différents publics ciblés par les actions de médiation, de sensibilisation et de découverte programmées au sein de sa structure ou à l'échelle du territoire.

Développer les dimensions sociales, participatives et environnementales dans la construction des projets culturels

- Construire un projet culturel s'inscrivant dans une démarche de développement durable en prenant en compte le territoire, ses dimensions environnementales, économiques et sociales et en mobilisant les acteurs et partenaires locaux.
- Développer la dimension participative dans un projet culturel en donnant au plus grand nombre, dans le respect de leur diversité, la possibilité d'être impliqué dans un processus de réalisation, de création ou dans la conception plus globale d'un projet, dans un objectif d'appropriation du territoire par ses habitant.e.s et de renforcement de la cohésion sociale.
- Élaborer un programme d'actions culturelles participatives, en s'appuyant sur les spécificités et les attentes du territoire et de la population, pour favoriser la construction de projets « partagés » ou « co-construits » et les relations entre les différents publics, les habitants.

Promouvoir des projets culturels par la mise en œuvre d'une stratégie de communication

- Élaborer une stratégie globale de communication permettant dans le cadre d'objectifs définis par la structure culturelle d'organiser, de mettre en œuvre et de financer la promotion des projets et événements culturels programmés.
- Déterminer le(s) type(s) de communication événementielle (publicité, relation presse et relation publique, communication numérique, événementielle, relations avec les partenaires...) le(s) plus pertinent(s) en fonction de la (des) cible(s) et du (des) message(s) à diffuser.
- Concevoir un plan de communication et de communication événementielle (plan média ou calendrier de campagne) détaillant et planifiant dans le temps, l'ensemble des aspects opérationnels.
- Accompagner la mise en œuvre opérationnelle d'un plan média en utilisant des outils de suivi adaptés.
- Coordonner et mettre en œuvre la réalisation, des supports et des modes de communication choisis pour promouvoir le(s) projet(s) ou événementiel(s) (Affiches, plaquettes, invitations, médias, presse, relation publique, communication numérique web intégrant le Community management).
- Analyser l'impact et l'efficacité des différentes actions de communication mises en place dans le cadre de la campagne.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Dans le cadre de la formation, l'acquisition des compétences est évaluée à travers différentes modalités :

Modalités d'évaluations des compétences :

- Mises en situation professionnelle reconstituées
- Etudes de cas
- Restitutions écrites et/ou orales

POURSUITE D'ÉTUDES

La spécialité du Bachelor 3 en Événementiel débouche naturellement vers le Mastère Marketing d'influence et événementiel pour se perfectionner pendant 2 ans et décupler son potentiel.

Une admission dans les autres mastères est toutefois envisageable dans le cadre d'un projet professionnel spécifique.