

DESRIPTIF ENSEIGNEMENT

INTITULE DU COURS : Mécénat et Communication Culturelle

ENSEIGNANT(S) : Pierre Collet

FONCTION(S) : Dirigeant d'aec I imagine, agence de conseil en communication et marketing culturel

TYPE DE COURS :

COURS MAGISTRAL
 COURS ELECTIF
 CONFERENCE DE METHODE
 SEMINAIRE
 SEMINAIRE D'OUVERTURE

SEMESTRE :

SEMESTRE 1
 SEMESTRE 2
 SEMESTRE 3

RESUME DU COURS / OBJECTIFS :

Communication des institutions culturelle :

Appréhender les enjeux et besoins de communication d'une institution culturelle et réaliser une campagne de communication / presse

- Réflexion théorique sur la communication culturelle : Pourquoi, comment, pour qui ?
- Présentation de différentes campagnes de communications d'institutions régionales, nationales et internationale
 - = > montrer la diversité et les points communs de différentes campagnes
 - => pourquoi communiquer ? Est-ce nécessaire ? Indispensable ? Superflu ?
- Elaboration d'une campagne de communication - Relations presse / Elaboration d'une proposition de recherche de mécénat

EVALUATION :

L'évaluation sera faite sur la représentation de la campagne de communication / relation presse d'une institution culturelle :

Plusieurs groupes de 2 à 4 étudiants devront réaliser une campagne de Communication/relation presse sous format power point et la présenter oralement lors de la dernière séance (15 minutes) dans une mise en situation professionnelle. Les thèmes présentés seront réels et seront à choisir dès la deuxième séance.

PLAN / SEANCES :

- Fabriquer un plan média
 - identification du public à atteindre
 - identification des cibles presse
 - achat d'espace publicitaire
 - élaboration d'un budget prévisionnel

- Réaliser un dossier de presse et une campagne de presse : selon différents projets, comment on communique et qu'est-ce qu'on communique ?
 - élaboration du contenu du dossier de presse
 - élaboration des outils de communications
 - allocation des investissements publicitaires

- Faire une recommandation pour une campagne de communication / relations presse d'une institution culturelle en liaison avec une proposition de recherche de mécénat :
 - Présentation de l'institution
 - mission, objectifs à atteindre, stratégies
 - élaboration d'un rétro-planning

- Restitution du projet :

Présentation des campagnes de communication/relations presse conçues par les étudiants et échanges

BIBLIOGRAPHIE :

<http://www.aec-imagine.com>

<http://www.opera-lyon.com>

<http://www.fondation-vincentvangogh-arles.org>

<http://www.tba21.org>

<http://www.opera-dijon.fr>

<http://www.chaise-dieu.com>

<http://luma-arles.org>

<http://www.operanationaldurhin.eu>