

PROFIL & COMPÉTENCES

BACHELOR EN ÉVÉNEMENTIEL & COMMUNICATION CULTURELLE

LES ÉTUDIANT.E.S DE BACHELOR ONT DEUX STAGES À EFFECTUER :

- > Le 1^{er} stage a lieu en début de 2^e année : entre début juillet et fin janvier, durée de 5 à 6 mois.
- > Le 2^{ème} stage a lieu en fin de 3^e année : à partir de début février, durée de 5 à 8 mois.

QUELS SONT LES POSTES QUE LES ETUDIANT.E.S PEUVENT OCCUPER PENDANT LEURS STAGES ?

Les étudiant.e.s sont aptes à rejoindre une agence, ou les équipes marketing et communication d'un annonceur, à des postes d'assistant.e.s des métiers ci-dessous (liste non exhaustive) :

Cheffe de projet événementiel · Chargé-e de communication événementielle · Chargée de production événementielle · Chef-fe de projet artistique et culturel · Chargé-e de communication culturelle · Organisateur-trice d'événements (sportifs) · Responsable des partenariats et du sponsoring · Responsable des relations publiques · Organisateur-riche de festivals

Les compétences des étudiant.e.s varient en fonction du niveau de formation. Celles-ci sont détaillées ci-dessous.

1^{er} STAGE

QUEL EST LE PROFIL DE L'ÉTUDIANT.E DE DÉBUT DE 2^{ème} ANNÉE ? L'étudiant-e a suivi un enseignement à temps plein qui lui a permis d'acquérir des bases solides en gestion de projet événementiel, tout en intégrant ce levier dans une stratégie marketing globale. Il.elle maîtrise également les nouveaux médias, ainsi que les outils et techniques digitales, lui permettant de développer une approche créative et impactante pour maximiser la visibilité des événements.

Durant leur stage de début de 2^{ème} année, les étudiant.e.s pourront réaliser les projets suivants au sein de votre entreprise :



ANALYSE DE MARCHÉ & STRATÉGIE MARKETING

- Analyser les macro-tendances et leur impact à CT et LT.
- Mener un benchmark des concurrents.
- Actionner les leviers du marketing digital (site internet, réseaux sociaux, email...) au service de la stratégie marketing globale.

ÉVÉNEMENTIEL

- Utiliser des techniques de brainstorming pour générer et valider des concepts créatifs en accord avec le brief.
- Développer un concept événementiel en sélectionnant le format optimal pour toucher un public-cible spécifique.
- Élaborer un rétroplanning en identifiant les étapes clés et les échéances.
- Définir les ressources humaines, matérielles et financières nécessaires à l'événement et élaborer le plan de ressources.
- Structurer une recommandation stratégique en organisant les idées de manière claire et impactante.

COMMUNICATION & MEDIA PAID & EARNED

- Développer la présence d'une marque sur Facebook, Instagram, TikTok, et YouTube en fonction des cibles.
- Définir les objectifs et les indicateurs de performance correspondants à optimiser.
- Définir une ligne éditoriale et développer des calendriers éditoriaux par plateforme.
- Créer du contenu rédactionnel et visuel (PAO, photo, et vidéo).
- Animer les comptes
- Analyser les cibles média et concevoir des plans média off/online: Planning, Budget, Kpi's.
- Créer, gérer et optimiser les campagnes Facebook/Instagram Ads & Google Search (étudiant certifié).

SITE INTERNET & ANALYTICS

- Créer et gérer un site internet avec WordPress.
- Optimiser le référencement naturel
- Analyser les statistiques avec Google Analytics et créer un rapport

GESTION DE PROJET

- Élaborer et planifier le cahier des charges.
- Définir les rôles des partenaires dans le processus de collaboration.
- Mettre en place les outils collaboratifs (TEAMS, Miro, Google Workspace) pour partager les informations nécessaires à l'exécution des tâches.

RÉMUNÉRATION - La fourchette de rémunération mensuelle brute conseillée pour nos étudiants de Bachelor 2^{ème} année se situe entre 500.- CHF et 1500.- CHF. Rémunération différente à l'étranger.