

Certificate of Advanced Studies HES–SO en Gestion de projets culturels et musicaux

Descriptif de module

Filière(s)	Post-grade
Orientation(s)	Gestion de projets culturels et musicaux
1. Intitulé	
Intitulé du module	Marketing et communication
Code	
Type du module	☐ Formation principale ☐ Formation spécifique ☒ Formation complémentaire
Niveau du module	☒ 1 ^{er} , 2 ^{ème} semestre
Site	☐ Genève ☒ Neuchâtel
Niveau du cours	☐ Module sur un semestre ☒ Module sur deux semestres consécutifs (58 heures)
2. Organisation	
Crédits ECTS	3
Langue(s) d'enseignement	☒ Français ☐ Allemand ☐ Italien ☐ Anglais
3. Prérequis	
Formation initiale	Formation supérieure (Bachelor ou équivalent)
Admission	Réussir les épreuves d'admission : Examen du dossier (dont descriptif du projet et entretien)
4. Compétences visées (objectifs généraux d'apprentissage)	
• Comprendre les enjeux du marketing pour un projet culturel, musical • Comprendre les principales étapes d'un concept marketing • Comprendre comment affirmer le positionnement de son projet sur son marché utiliser des outils actuels et performants du marketing culturel • Comprendre les enjeux de la communication pour un projet culturel, musical • Développer une stratégie de communication globale (interne et externe) • Savoir utiliser rapidement et efficacement les outils du web	

• Apprendre les bons usages du marketing sur le web pour une communication optimale • Créer et gérer sa présence sur les media • Maîtriser les fondamentaux du <i>community management</i> • Connaître les outils et stratégies clé pour être visible sur internet	
5. Contenu et forme de l'enseignement	
Unités d'enseignement : • Marketing culturel, communication globale • Médias et communication orale • Marketing digital Le contenu de chaque cours est communiqué par l'enseignant-e en début de session.	
6. Modalités d'évaluation et de validation	
• Marketing culturel, communication globale : examen écrit. • Médias et communication orale : examen oral / pratique. • Marketing digital : examen écrit / pratique. L'évaluation de chaque unité d'enseignement fait l'objet d'une note de 0 à 6 par 1/10ème de point. Seuil de réussite : 4. L'évaluation du module correspond au résultat de la moyenne de chaque note des trois unités d'enseignement (note finale). En cas de note finale inférieure à 4 et égale ou supérieure à 3,5 la ou les unités d'enseignement dont la note en est la cause peut (vent) faire l'objet d'une remédiation.	
7. Modalités de remédiation et de répétition	
Possibilité	☒ Remédiation possible ☒ Pas de répétition
Modalités	La remédiation est ouverte à la demande de l'étudiant-e lorsque la note se situe entre 3.5 et 3.9. La remédiation de l'examen porte sur l'ensemble du champ étudié correspondant, ou sur les éléments ou compétences jugés les plus faibles. Sa forme et son contenu sont fixés par l'enseignant-e.
8. Remarques	
La contribution de personnalités invitées dans le cadre du module fait partie intégrante de la formation. La réalisation de ce module est placée sous la responsabilité du comité académique.	
9. Bibliographie	
Bibliographie à titre indicatif : • Assassi, I., Bourgeon-Renault, D., & Filser, M. <i>Recherches en marketing des activités culturelles</i>. Vuibert, 2010. • Bourgeon-Renault, D. <i>Le marketing de l'art & de la culture</i>. Dunod. ISBN 978-2-10-050582-1, 2020. • Colbert, F. <i>Le marketing des arts et de la culture</i> (3e éd.). Gaëtan Morin – Chenelière Éducation, 2007. • Courvoisier, F., & Courvoisier, F. <i>Pratique du marketing : Principaux concepts et outils</i> (3e éd.). LEP Loisirs et Pédagogie, 2012. • Gallopel-Morvan, K. <i>Marketing et communication des associations</i>. Dunod, 2008. • Hurel, S. <i>La communication corporate</i>. Dunod. ISBN 2-10-007065-7, 2003. • Lendrevie, J. <i>Publicitor</i>. Dunod. ISBN 978-2-10-051972-9, 2008. • Libaert, T. <i>Le plan de communication</i>. Dunod. ISBN 2-10-007385-0, 2003.	

- Manceau, D. *Marketing management*. Pearson Éducation. ISBN 2-7440-7040-8, 2013.
- Morel, P. *Pratique des relations de presse*. Dunod. ISBN 2-10-008195-0, 2003.
- Roukine, S. *Réussir son marketing web*. 19 Éditions. ISBN 978-2-7466-3520-3, 2012.
- Sargeant, A. *Marketing management for nonprofit organizations* (2nd ed.). Oxford Press, 2005.
- Westphalen, M.-H. *Le Communicator*. Dunod. ISBN 2-10-005358-2, 2002.

10. Enseignant-e-s

Selon liste mise à jour annuellement

11. Validation du descriptif

Date de validation	07.10.2024
Instance de validation	Conseil de domaine Musique et arts de la scène
Historique	Relecture et mise à jour 14.08.2024