

RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES

CODE ARES 057

Date dépôt

Date validation 05/06/2018

MASTER EN COMMUNICATION – MANAGEMENT D'ÉVÉNEMENTS

FINALITÉ	N.A.	NIVEAU (du Cadre des Certifications)	7
SECTEUR	1. Sciences humaines et sociales	DOMAINE D'ÉTUDES	5° Information et communication
TYPE	LONG	CYCLE	DEUXIÈME
LANGUE (majoritaire)	FRANÇAIS	CRÉDITS	120

A. SPÉCIFICITÉ DE LA FORME D'ENSEIGNEMENT

Les Hautes Écoles de la Fédération Wallonie-Bruxelles dispensent un enseignement supérieur poursuivant une **finalité professionnalisante de haute qualification**, associant étroitement apprentissages pratiques et conceptualisation théorique. Les formations proposées s'effectuent au niveau du bachelier et du master (Décret « Paysage », Chap. II, Art. 4, § 1 et 3) ; elles visent le développement de compétences disciplinaires et transversales correspondant aux niveaux 6 (type court) et 7 (type long) du cadre francophone des certifications de l'enseignement supérieur. Dans la lignée du bachelier de transition, le master professionnalisant offre l'opportunité aux étudiants d'approfondir leur formation et de se spécialiser dans leur domaine.

Les **stages** en milieu professionnel constituent une dimension centrale de la formation dispensée par les Hautes Écoles. Ils permettent le développement progressif et intégrateur des compétences requises par l'exercice du métier, tout en autorisant une réflexion sur la pratique professionnelle. La réalisation du travail de fin d'études (TFE) ou du mémoire, qui trouvent dans les stages des terrains de choix, constitue l'aboutissement d'un parcours de formation valorisant pratique professionnelle et recherche s'y appliquant.

En phase avec la société et inspirées par ses enjeux actuels, les Hautes Écoles constituent des lieux privilégiés d'innovation et de création de savoirs. Elles remplissent cette mission de concert avec les communautés de référence, professionnelles et scientifiques, à partir d'un ancrage régional et dans une visée internationale. Les enseignants des Hautes Écoles, femmes et hommes de terrain aux profils variés, sont ainsi engagés dans des recherches-actions et des recherches appliquées qui constituent, avec l'accompagnement des apprentissages, le cœur de leur métier. Ces recherches nourrissent les formations dispensées et permettent l'émergence de nouveaux espaces de réflexion, de mutualisation de savoirs et d'action.

Sur le plan pédagogique, les Hautes Écoles forment des **praticiens réflexifs**, des professionnels capables d'agir dans des contextes en constante mutation et d'apporter à des problèmes complexes des réponses appropriées, créatives et innovantes. Pour assurer leurs formations, les Hautes Écoles déploient un **accompagnement de proximité** (groupes-classes, apprentissage par les pairs, tutorat, mentorat). Pour ce faire, elles recourent à une pédagogie centrée sur l'étudiant, qui prend pleinement la mesure des changements de paradigmes éducatifs, épistémologiques et socio-économiques de la société postmoderne, en privilégiant l'induction, le dialogue des savoirs de divers types (scientifiques, expérientiels, techniques), la discussion critique, la contextualisation des objets de savoir.

Les Hautes Écoles de la Fédération Wallonie-Bruxelles, mobilisées chacune autour de leur projet pédagogique, social et culturel qui caractérise leur identité propre, assurent enfin une mission éducative essentielle : former non seulement des professionnels innovants, créateurs, capables de faire face à la complexité et à la spécificité de leur environnement, mais aussi des **citoyens engagés et responsables**, soucieux de la collectivité et de son bien-être. C'est pourquoi les Hautes Écoles valorisent, outre le développement de compétences professionnelles, l'acquisition de **compétences transversales**, de nature organisationnelle, relationnelle, communicationnelle et réflexive.

B. SPÉCIFICITÉ DE LA FORMATION

Le Master en Communication – Management d'événements est à même d'exercer son activité dans tout type d'organisation publique ou privée, marchande ou non marchande, nationale ou internationale, de petite, moyenne ou grande taille. Professionnellement, le Master en Communication – Management d'événements se caractérise par sa capacité d'écoute des acteurs et d'analyse des différents facteurs qui conditionnent ses actions de gestion et de communication. Il exerce une profession à forte composante managériale et est, à ce titre, souvent amené à coordonner, voire à gérer une équipe.

La pratique du métier de responsable en gestion de l'événement s'articule autour de la gestion de projets d'organisation et de la résolution de problèmes de communication. L'action du Master en Communication – Management d'événements revêt dès lors une dimension stratégique importante, au sens où elle est intimement liée aux décisions de la direction générale ou d'un commanditaire tant public que privé. Il agit comme interface entre toutes les parties prenantes au devenir du projet, à l'interne comme à l'externe. Pour ce faire, il comprend et maîtrise les langages spécifiques aux différents médias de la communication. Les technologies de l'information et de la communication constituent pour lui des outils familiers.

Il comprend et maîtrise les langages spécifiques des différents métiers (techniques, comptabilité, juridique, gestion du risque, etc.) qui seront des parties prenantes essentielles à la réalisation du projet événementiel.

C. COMPÉTENCES VISÉES PAR LA FORMATION

1. Évaluer, questionner et actualiser son savoir et ses pratiques

- Prendre un recul critique par rapport à sa pratique, dans un souci d'éthique professionnelle et d'actualisation permanente de ses connaissances
- Évaluer et actualiser en permanence ses connaissances et ses compétences
- Articuler à ses connaissances les apports de disciplines différentes
- Fédérer les apports de disciplines différentes pour la réalisation de projets de recherche appliquée et dans la recherche de pratiques innovantes

2. Écouter le corps social et comprendre son fonctionnement

- Se repérer dans les rapports sociaux et comprendre la complexité des organisations
- Constituer et entretenir un réseau de relations internes et externes
- Appréhender la diversité culturelle au sein d'une organisation
- Reconnaître le contexte et la dynamique de l'environnement dans lequel évolue un événement (culture d'entreprise, micro et macro culture)

3. Concevoir la stratégie de son projet événementiel

- Maîtriser les principales méthodologies de gestion de projet et de planification stratégique
- Appréhender l'événement comme un système dynamique et interactif
- Porter un jugement d'efficacité sur les composantes de l'événement et gérer les interrelations
- Mettre en place une méthodologie de gestion des risques (modèle FERMA) ; élaborer des stratégies de sécurité (safety et security) efficaces et réalistes
- Gérer les aspects éthiques, juridiques et légaux liés à l'événement
- Intégrer des stratégies de développement durable à la gestion événementielle afin d'organiser des événements écoresponsables

4. Concevoir et planifier son projet événementiel

- Concevoir, planifier et mettre en œuvre des événements de tous types
- Établir une estimation claire et précise des ressources humaines, matérielles et financières dont il a besoin pour la réalisation d'un projet donné et en dresser l'échéancier
- Élaborer des stratégies efficaces de gestion des RH ; encadrer et organiser le travail des membres de son équipe, en veillant à les motiver et à les inciter au partage d'expérience et aux échanges
- Intégrer les langages spécifiques et les composantes techniques et logistiques des différents secteurs de l'événementiel
- Concevoir un plan de crise et gérer les relations avec les autorités et les services de secours (public et privé)

5. Manager son projet événementiel

- Assurer la remontée de l'information de la base opérationnelle vers le décideur
- Rédiger des outils d'aide à la décision performants
- Prendre et/ou conseiller le décideur dans la gestion stratégique de l'organisation
- Gérer des équipes pluridisciplinaires et implanter un mode de communication optimal
- Valoriser la contribution de chaque membre de son équipe, susciter la prise de responsabilités et la recherche de l'innovation

6. Concevoir et mettre en œuvre la communication liée au projet événementiel

- Mener à bien une analyse prospective des facteurs susceptibles d'influencer sa communication
- Élaborer des stratégies d'utilisation des médias
- Élaborer des plans de communication structurés par étapes, basés sur des objectifs réalistes et mesurables, à destination d'un public ciblé et autour de messages performants

7. Évaluer le projet événementiel

- Identifier les tendances du marché
- Maîtriser les méthodes et techniques d'évaluation de l'impact de ses actions et de l'image de l'organisation
- Mettre en place et animer une veille stratégique autour des activités de son organisation, notamment sur les réseaux sociaux