

- Faculté des lettres et sciences humaines
- www.unine.ch/lettres

Théories et pratiques de la gestion marketing d'un musée (2HA2172)

Filières concernées	Nombre d'heures	Validation	Crédits ECTS
Master en études muséales (*)	Extra-muros: 5 j	Voir ci-dessous	5

ph=période hebdomadaire, pg=période globale, j=jour, dj=demi-jour, h=heure, min=minute

Période d'enseignement:

- Semestre Printemps

Equipe enseignante

Patrick Cotting

Contenu

Le cours portera sur les différentes approches de la planification, de la négociation, de la mise en œuvre et du contrôle de la gestion d'un événement dans un musée.

Les participants acquièrent une compréhension des concepts clés, des principes fondamentaux et des meilleures pratiques dans ce domaine. Le cours adoptera une perspective pratique, en tenant compte des résultats de la recherche sur les facteurs de succès d'un événement.

À la fin de ce cours, les participants doivent

- connaître les limites et les risques des événements dans les musées
- être capable de développer un concept événementiel
- savoir quels facteurs de succès sont importants à prendre en compte
- être en mesure d'élaborer un plan de projet pour l'organisation et la réalisation d'événements - être capable d'utiliser certains outils, comme des outils informatiques
- être capable de présenter des idées d'événements à un public.

Forme de l'évaluation

Les événements réussis reposent uniquement sur un travail d'équipe et sont une combinaison de créativité et de capacité à travailler d'une manière très structurée et détaillée. La note de ce cours se base donc sur le concept d'événement, développé en groupe.

Critères d'évaluation :

- Éléments formels : objectives, notions, méthodologie, sources, grammaire (1 point)
- Analyse du musée et de ses parties-prenantes comme point de départ (communication/promotion, concurrence, stakeholders) (0.5 point)
- Vision, message-clé, positionnement, contenu de l'événement (1.5 points)
- Wow factor (1 point)
- Outils de promotion proposés (1 point)
- Rédaction de plans & budget (1 point).

Remarque: La note obtenue à l'issue de l'évaluation sera combinée à celle du Séminaire de l'École du Louvre et repartie comme suit: 3 ECTS pour le Séminaire EDL, 2 ECTS pour Théories et pratiques de la gestion marketing d'un musée.

Modalités de rattrapage

En cas d'échec, le groupe aura 1 mois de temps pour améliorer le concept. La note maximale sera 4.

Documentation

Disponible sur moodle

Forme de l'enseignement

Cours bloc sur une semaine

(*) Cette matière est combinée avec d'autres matières pour l'évaluation

- Faculté des lettres et sciences humaines
- www.unine.ch/lettres

Théories et pratiques de la gestion marketing d'un musée (2HA2172)