

Management de projets culturels et musicaux

Contexte

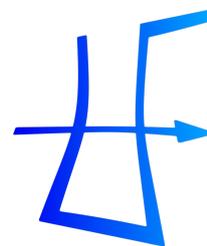
Le management et la gestion de projet culturel nécessitent aujourd'hui d'appréhender de nombreux métiers et d'acquérir des connaissances dans des domaines connexes.

Cette formation s'adresse à tous les acteurs du secteur culturel, individuellement ou via une structure juridique, pour les aider à aborder, à connaître et à comprendre : le cycle de vie d'un projet, la création et l'organisation d'événements, la production, la communication externe et interne, le marketing, la promotion et les partenariats médias, les budgets, la recherche de financements.

La formation a surtout pour but de préparer les stagiaires à :

- La création ou l'amélioration de leur propre activité, entreprise ou projet
- Le suivi efficace de leur projet
- La pérennité de leur projet

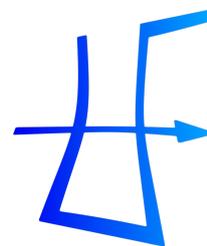
Études de cas, théorie, mise en pratique, le stagiaire pourra profiter de l'expérience de l'intervenante, professionnelle en activité et personne-ressources.



<p><u>Profils des stagiaires</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Artistes entrepreneurs• Chargés de communication ou de diffusion• Responsables de structures ou de projets culturels• Administrateur.trice• Toutes personnes ayant besoin, dans son activité, d'utiliser une méthode pour réaliser et réussir son projet ou souhaitant se reconvertir dans le management de projet, l'organisation événementielle, la production et la communication du secteur culturel.	<p><u>Prérequis</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Expérience artistique, culturelle ou administrative dans l'un des domaines concernés• Vouloir créer et/ou gérer des événements culturels et musicaux<ul style="list-style-type: none">- Ou vouloir comprendre et/ou gérer la carrière d'un ou d'artistes au travers d'un projet- Ou avoir un souhait de nouvelle orientation professionnelle• Avoir un projet conceptuellement avancé• Maîtriser la langue française orale et écrite
---	---

<p><u>Nombre de stagiaires</u></p> <p>1 personne</p> <p><u>En option</u> : Par petit groupe avec possibilité de séances individuelles</p>	<p><u>Tarifs sur consultation</u> Et possibilité de prise en charge (Afdas, CPF, ...)</p> <p><u>Délais</u> : de 2 à 6 mois Sessions sur mesure en fonction de vos disponibilités</p>
---	--

<p><u>Format</u> : Nombre d'heures à déterminer selon votre profil et votre projet = dont une partie avec les formatrices et une partie de travail personnel à la maison</p> <p><u>Lieu</u> : En distanciel ou en présentiel (Mix possible)</p>



Objectifs pédagogiques de la formation

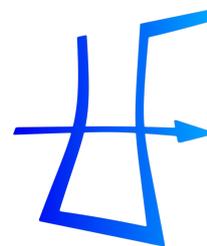
- Acquérir une connaissance des méthodes, des outils et des actions pour accompagner, développer et/ou manager son projet et pour le rendre singulier
- Construire et suivre le budget de son projet
- Élaborer et mettre en œuvre sa stratégie de communication globale (relations publiques, relations média, partenariats, marketing, communication digitale web et réseaux sociaux)
- Élaborer et mettre en œuvre sa stratégie de recherche de fonds publiques et/ou privée (subventions, mécénat, sponsoring)
- Maîtriser la base de l'évaluation de son projet pour vérifier l'impact de toutes les actions mises en place et adapter sa stratégie en fonction des résultats

Contenu de la formation

- Introduction
 - Ouverture et présentation du stage
 - Faire connaissance : Tour de table = projets individuels, perspectives professionnelles, ...
 - État des lieux des métiers de la culture et de la musique représentés par les stagiaires
- La gestion de projet
 - Comprendre la nécessité d'avoir un projet singulier sur le marché culturel actuel
 - Choisir la bonne structure juridique pour porter son projet
 - Élaborer et mettre en œuvre la stratégie de développement de son projet
 - Comment construire et suivre son budget
- La stratégie de communication globale
 - ⇒ Construire sa propre stratégie : méthodologie, mise en œuvre et mise en situation
 - Communication traditionnelle RP : Relations presse, relations publiques
 - Communication digitale : Sites web, Réseaux sociaux
 - Communication Marketing
 - Partenariats médias
- L'image de l'artiste ou du projet : le « Kit Com »
 - ⇒ Créer et maîtriser son identité de marque pour créer et réaliser les contenus à diffuser
 - Concevoir et (faire) réaliser ses photos et vidéos
 - Rédiger ses biographies
 - Choisir le contenu audiovisuel adéquat en fonction de son identité de marque

Lesne Formation

laurence@lesneformation.com
+33 (0)6.15.65.90.65
lesneformation.com



Ensemble pour avancer
et pour vous réaliser

- Être un bon communicant
 - Se mettre en valeur et « se vendre » et/ou mettre en valeur et « vendre » son projet
 - Se préparer et s'entraîner à la communication écrite et orale : mise en situation de RV, d'entretiens, d'interviews
- La stratégie de recherche de fonds
 - Connaître les bases de la stratégie de recherche de fonds publiques et/ou privée (subventions, mécénat, sponsoring)
- Le projet final
 - Vérifier et apprendre à évaluer son projet

Organisation de la formation

Équipe pédagogique

Laurence Lesne-Paillot : CV sur demande
ou disponible sur <https://www.lesneformation.com/monparcours>

Moyens pédagogiques et techniques

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation ou en visioconférence
- Documents supports de formation projetés ou partagés
- Exposés théoriques
- Étude de cas concrets et entraînement au pitch / mises en situation
- Quiz

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence
- Questionnaires à chaud et à froid en fin de formation pour vérifier les acquis
- Formulaire d'évaluation de la formation