Année universitaire 2024/2025

Management des télécoms et des média - 226 - 2ème année de master

Crédits ECTS : 60

LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

Ce parcours Management des télécoms et des média forme des spécialistes de la gestion de la transformation digitale des industries de la communication et des médias, pour leur permettre d'évoluer dans un secteur en constante mutation. Celle-ci exige des personnes de formation polyvalente, capables d'appréhender les problèmes spécifiques au domaine et d'y apporter des solutions innovantes et pérennes.

Les objectifs de la formation :

- Appréhender et expliquer un problème managérial ou économique ; maîtriser les fondamentaux, notamment dans les domaines juridiques et économiques
- Caractériser et conceptualiser un problème économique : rédiger des notes de synthèse, de conjoncture, d'étude, etc. ; expliquer et analyser un phénomène économique ; utiliser des raisonnements inductifs, structurer des réseaux d'analogie
- Collaborer au sein d'une équipe pour la conception et la réalisation d'un projet, d'une étude ; négocier des missions professionnelles

PRÉ-REQUIS OBLIGATOIRES

- Titulaires d'un diplôme BAC+4 (240 crédits ECTS) ou équivalent à Dauphine, d'une université ou d'un autre établissement de l'enseignement supérieur
- Démontrer, au-delà d'un intérêt personnel pour les médias et les télécommunications, une implication dans des projets ou des stages, un interêt professionnel réel pour ces industries et leurs métiers

POURSUITE D'ÉTUDES

Ce parcours peut notamment être prolongé par une thèse de doctorat, pour des étudiants souhaitant se destiner à la recherche.

PROGRAMME DE LA FORMATION

- Semestre 3
  - Obligatoire
    - Économie du Jeu Vidéo
    - Les métiers de l'audio-visuel
    - Digital China
    - Data management 1
    - Initiation aux technologies numériques
    - Régulation du numérique
    - Médias, Audiences, Valeur
    - Movie Business
    - Le fonctionnement du marché de la télévision en France et en Europe

        - La transformation des modèles audiovisuels
- Semestre 4
    - Obligatoire
        - New Business models for new media
        - Mémoire de Master
        - Projets du Master
        - Voyage d'étude
        - Rapport de stage / livret d'alternance
        - Tutorat
    - Optionnel - 4 UE à choisir
        - Transformations de l'industrie musicale
        - L'économie du cinéma et les défis du numérique : perspectives internationales
        - Droit de l'audio-visuel
        - Production audiovisuelle
        - IA & Industries créatives
        - Digital out of home
        - Conseil en transformation numérique

DESCRIPTION DE CHAQUE ENSEIGNEMENT

Conseil en transformation numérique

ECTS : 3

Data management 1

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

- Big Data: Définition, Challenges, Cloud, Open Sources, Data Viz, Open Data.
- Les nouveaux métiers du Big Data.
- Marketing Digital : les investissements des entreprises sur le marché Français, évolutions récentes et futures.
- La convergence CRM & Data.
- La Data dans l'écosystème de la publicité digitale, un monde de plateformes/Quels sont les différents types de données disponibles ?
- Comment les collecter ? Comment les structurer ? Comment les activer ?
- Privacy : le RGPD et ses Impacts sur les acteurs de la publicité digitale, le prochain règlement E Privacy.
- Prendre conscience de la place du Big Data dans nos métiers et dans notre quotidien.

Compétence à acquérir :

- Mise en oeuvre et Pilotage de projets Data.

Digital China

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

- L'Asie est déjà le marché dominant au niveau mondial : histoire, enjeux et perspectives.
- La Chine impose son rythme à l'Asie : puissance et originalité du modèle chinois.
- Dynamique des marchés numériques : télécoms, internet, IoT, ecommerce, eHealth, mobiloity, énergie,...
- Focus sur le marché des médias, TV, jeux vidéo, cinéma...

- Comprendre les nouveaux enjeux et le rôle de la zone asiatique : géopolitique des technologies
- Disposer d'une grille de lecture de la puissance chinoise dans le numérique et de l'originalité/fragilité de son modèle.
- Détailler les différentes industries numériques chinoises.

Compétence à acquérir :

- Analyser la structure de l'industrie numérique asiatique et chinoise.
- Comprendre les spécificités d'un modèle original.
- Etre prêt à aborder les acteurs numériques chinois.

Mode de contrôle des connaissances :

- Réalisation d'une étude de cas en petit groupe sur un acteur chinois du numérique (activité d'un groupe leader, startup, etc.)
- Notation de groupe de la présentation orale, du support de présentation et du rapport écrit

Bibliographie, lectures recommandées :

- "Les trente glorieuses chinoises" de Caroline Puel (Tempus, 2013)

- Articles sur la Chine numérique in Le Monde et Usbek & Rica, de Jean Dominique Séval

- "Dragon tactics" de Sandrine Zerbib (Dunod, 2022)

- "The Oxford Handbook of China Innovation" by Xiaolan Fu, Bruce McKern, and Jin Chen (Oxford University Press, October 2021)

Digital out of home

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

- Ce cours, qui s'articule sous la forme de travaux pratiques, imprègne les étudiants dans les enjeux du Digital Out Of Home (DOOH) qui irriguent les lieux publics et les espaces commerciaux.

Compétence à acquérir :

- Compréhension des fondamentaux de la communication extérieure, du DOOH, du Digital Signage, du Digital in Store.
- Numériser un lieu physique en appréhendant les contraintes d'usage, techniques, réglementaires et budgétaires.

- Perspectives de la communication digitale dans un monde en transition
- Penser par soi-même la valeur et la pertinence d'un concept phygital.

Mode de contrôle des connaissances :

Etude de cas

Bibliographie, lectures recommandées :

Toutes publications autour de la transformation digitale de la communication des marques et des institutions

---

Droit de l'audio-visuel

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

- Le cadre général applicable à l'audiovisuel en France (régulation, régime éditorial, service public audiovisuel, règles déontologiques, textes européens applicables en droit interne).
- Le régime juridique de la télévision (règles relatives à la TNT, relations entre les chaînes et le monde du cinéma, de la production et du sport).
- Le régime juridique de la radio, ainsi que des chaînes distribuées par câble ou satellite).
- Les règles relatives à la publicité et la para-publicité (messages publicitaires, parrainage, téléachat, placement de produits, loi Sapin).

- Acquérir une culture générale dans le droit de l'audiovisuel.
- Comprendre les enjeux principaux de cette matière.
- Maîtriser les liens entre les différents acteurs (régulateur, chaînes, supports, apporteurs de contenu).

Compétence à acquérir :

- Développer sa curiosité pour l'audiovisuel par un suivi de l'actualité.
- Apprendre à raisonner à partir d'une connaissance juridique corrélée à la réalité.
- Ce cours ne nécessite pas une formation juridique préalable.

IA & Industries créatives

ECTS : 3

Initiation aux technologies numériques

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

La bonne maîtrise du panorama des technologies disponibles et à venir, de leur champ d'utilisation et de leur évolution prévisible est un préalable indispensable à l'étude et la conception de services réalisables, d'offres commercialisables et de business durables.

Destiné aux étudiants non spécialistes des technologies, ce cours leur apporte des connaissances précises, facilement compréhensibles, illustrées par des usages qu'ils connaissent, voire pratiquent eux-mêmes.

- *L'objectif premier de cet enseignement est de faire découvrir aux étudiants les multiples technologies qui permettent de fournir des services numériques et de constituer des offres digitales.*
- *L'objectif secondaire est d'apprendre aux étudiants à tenir leurs connaissances à jour dans un domaine en permanente évolution et qui présente des ruptures techniques, économiques, marketing ou réglementaires fréquentes, de nature à bouleverser le secteur. Cette mise à jour continue des connaissances nécessite d'acquérir des techniques de veille qui seront présentées et pratiquées tout au long du cours.*

Programme du cours :

- Notions de base sur les technologies numériques
  - Principes de base de la communication
  - Terminaux, serveurs et applis : composants, interfaces, architectures, stockage, OS, logiciels
  - Réseaux : architecture, THD, fibre, radio
- Thèmes approfondis
  - Intelligence artificielle
  - Cloud
  - Objets connectés, IoT
  - Blockchain
  - Web 3
  - 5G / 6G
  - Audiovisuel et médias digitaux
  - Métavers, XR
  - Numérique et énergie
- Technologies de demain et après-demain :
  - quantique : informatique et réseaux quantiques
  - informatiques probabiliste et neuromorphique
  - processeurs
  - photonique

Compétence à acquérir :

Réaliser et partager une veille communautaire

Mobiliser des connaissances managériales, économiques, juridiques, marketing et techniques pour répondre à une question stratégique relative aux technologies et services numériques

Dialoguer avec une Intelligence Artificielle générative pour construire une réponse à une question

Utiliser à bon escient les principales technologies pour imaginer, gérer ou promouvoir des services numériques

Mode de contrôle des connaissances :

Contrôle continu

Bibliographie, lectures recommandées :

- **Le marketing des objets technologiques et des services numériques**, Bruno Salgues, Laurent Bister, ISTE Editions, mai 2014

L'économie du cinéma et les défis du numérique : perspectives internationales

ECTS : 3

La transformation des modèles audiovisuels

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

1.**Télévision linéaire gratuite, chaînes payantes**

a.**TF1**, **M6** : la télévision commerciale, la fin de l'âge d'or.

b.Les chaînes thématiques : Les limites de l'ultra-segmentation des chaînes linéaires. L'exemple de **Trace.**

2.**La révolution OTT**

a.**MyCanal**, **Netflix**, **Molotov** : A-t-on encore besoin des box ?

b.**Netflix**, **Disney+**, **Amazon Prime**… L'inimaginable succès de la SVOD. Studios versus distributeurs.

c.**Samsung TV+**, **Pluto TV**, **Xiaomi**… Les FAST ou le retour de la télévision linéaire commerciale !

d.**Mango** : L'AVOD de Molotov, les contenus ne meurent jamais !

3.**Les médias audiovisuels en Afrique**

Master Class animée par François Thiellet, Président-fondateur de THEMA (Canal+ International)

4.**La révolution des FAST**

Master Class animée par Antoine Chotard, Directeur de SAMSUNG TV+ France

5.**Le sport à la télévision**

a.**Eurosport** : La force du sport en direct. Les droits sportifs ont-ils toujours la cote ?

b.**World Wrestling Entertainment** (WWE) : Sport compétition ou sport spectacle ?

c.**MGG TV** : l'eSport, un sport comme les autres ?

6.**L'audio dans tous ses états**

a.**Universal Music**, **Believe**, **Spotify** : l'incroyable renaissance de l'industrie musicale grâce au streaming payant.

b.La révolution des podcasts ou l'ère de la radio à la demande. L'exemple de **Sybel**.

7.**La révolution d'un nouveau média : Tik Tok**

Master Class animée par Elodie Riquier Veybel, Head of Lifestyle Education chez Tik Tok

8.**Nouvelles technologies, nouvelles expériences utilisateur**

a.UHD 4K/8K

b.De la VHS au DVD et à la VOD

c.Le téléviseur du futur

9.**Régies de diffusion et prestataires techniques: CDN, Data Center, App, UX…**

a.**AWS** : Amazon tout puissant ?

b.**Evrideo** : la régie de diffusion virtuelle *made in Israël*

c.**Cognacq-Jay Images**, **Pixagility**, **Okast, Dot Screen, Vizion'R…** : la résilience des prestataires techniques français.

10.**Producteurs, distributeurs & agrégateurs : la course à la taille critique ?**

a.**Mediawan** : le négoce des droits TV a toujours le vent en poupe.

b.**Banijay Rights** : le leader mondial des programmes de flux

c.**Amazon Prime Video** : producteur, diffuseur, et méta plate-forme.

11.**NFT, Web3 : quels nouveaux modèles économiques ?**

a.Les NFT, Web3, effets de mode ou nouvelles formes d'engagement ? Le label **Atlanticus**.

b.Quels enjeux pour les médias audiovisuels ?

12.**EVALUATION** – Concours de « pitchs » devant un jury de professionnels

Compétence à acquérir :

- Compréhension des transformations technologiques, des nouveaux usages et des nouveaux modèles économiques qui caractérisent le secteur audiovisuel en France et dans le monde.

- Capacité à concevoir et à présenter un projet de service audiovisuel innovant.

Mode de contrôle des connaissances :

Projet de fin d'études : **Conception d'un service audiovisuel innovant**

5 groupes maximum de 4 à 6 étudiants, librement constitués par les étudiants, autour d'un projet audiovisuel innovant au sens large : chaîne FAST, plate-forme OTT, réseau social, maison de disque, société de production, rachat d'une société existante mais avec un changement de modèle économique ou une innovation technologique, etc…

Les étudiants se répartiront les rôles pour « *pitcher* » un aspect du projet devant la classe et le jury

Objectifs : obtenir un financement (dire combien) et… une bonne note !

Chaque groupe dispose de 10' pour faire son "pitch" et convaincre le jury d'investir dans son projet.

Le "pitch" sera suivi d'une séance de questions - réponses de 5' avec le jury.

Composition du jury :

Catherine GARCIA, VC, ex-Deutsche Bank, ex-prof de maths fi à Sc. Po Paris et à l'ESCP linkedin.com/in/catherine-garcia-wieme-4b81707b

Claude-Yves ROBIN, ex-DG de France 2, France 4, France 5. Sen. Adv. en banque d'affaires linkedin.com/in/claudeyvesrobin

Aline MANSOUR-GALUD, Chargée d'Enseignement à l'Université de Paris-Dauphine linkedin.com/in/aline-mansour-galud-8245778

Emmanuel GéNIN, ex-Eurosport, Lagardère, Trace. Entrepreneur, consultant, investisseur linkedin.com/in/emmanuelgenin

Quelques suggestions pour bâtir le « pitch » (attention, chaque groupe dispose de seulement 10' !):

a) Le service en deux mots

b)Présentation de l'équipe : qui fait quoi ?

c)Définition du besoin

d)Univers de concurrence, Positionnement, Cible, Genre

e)Prix, Modèle économique

f) Financement et plan d'affaires très simplifié

g)Réglementation applicable

h)Réseaux de distribution

i)Promotion

j)Analyse de type SWOT KPIs : audience, notoriété, satisfaction, NPS, acquisition, ARPU…

Le fonctionnement du marché de la télévision en France et en Europe

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

- Introduction : positionnement des acteurs de la filière et stratégie des groupes audiovisuels.
- Financement de la TV : publicité, abonnement, fonds public, diversification.
- Mesure de d'audience de la TV (4 écrans) et indicateurs d'efficacité.
- Evolution des pratiques numériques vidéo multi écrans.
- Approvisionnement des chaînes, stratégie et contrainte de programmation.
- Stratégie commerciale : TV gratuite vs service à péage (TV à péage, TVOD, SVOD.).
- Financement de la production audiovisuelle en fonction de la typologie des programmes (flux, stocks….).
- Diversification des groupes : production, valorisation de marques, VOD, TVR, exportation, internationale.
- Comprendre les enjeux auxquels sont confrontés les chaînes de TV à l'ère de la mutation du secteur avec l'arrivée de nouveaux acteurs du monde de l'internet.

Compétence à acquérir :

- Maitriser les fondamentaux économiques du marché audiovisuel.
- Comprendre et analyser les modèles d'affaires de la télévision à l'heure de la délinéarisation.

Les métiers de l'audio-visuel

ECTS : 3

Movie Business

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

- In this course, we will examine some of the critical features that structure the global filmed entertainment industry, how these features pose specific managerial challenges, and some approaches to overcome those challenges. We'll examine the trends that shape how the industry is evolving, and discuss the challenges and opportunities these trends bring about.
- The course is primarily designed for students who wish to pursue a career in the industry, or who are planning to work in companies that advise or support the sector. More generally, it will be of interest for students seeking to advance their knowledge of strategy and management in the context of a challenging, rapidly changing, and increasingly digital environment.

Compétence à acquérir :

I have three main goals for the course:
- First, I intend to help you develop a nuanced and critical understanding of the economic properties and operating principles that drive the flow of revenues in the filmed entertainment industry.
- Second, I wish to highlight some of the strategies firms in the industry can use to address these specifics and what drives competitive advantage in the industry.
- Third, I hope to improve your understanding of the way digital technologies are reshaping the industry, pushing its boundaries, and driving industry growth at the global scale.

Mode de contrôle des connaissances :

Your course grade is based on both an individual and a group portion, involving an industry related project. Your final grade will account for participation.
Final exam. Your knowledge and understanding of the course content and readings will be tested. The final exam will account for 50% of your final grade.
Greenlight project. In groups of 5 students (max.), you will be asked to come up with a filmed entertainment project, and prepare a short greenlight memo (10 pages max.), including a creative part and a financial part. You will present your project in the last session of the course. The greenlight project will account for 50% of your final grade.
Participation. Your final grade will be adjusted for participation (-1/+2 points).

Médias, Audiences, Valeur

ECTS : 3

Mémoire de Master

ECTS : 6

Description du contenu de l'enseignement :

- Designing a research project.
- Building a literature review.
- Collecting data/Writing a thesis.
- Defending a thesis.

- Designing an original research project about the media industry.
- Producing a literature review on that topic.
- Collecting new data whether quantitative or quantitative.
- Defend the master thesis.

Compétence à acquérir :

- Designing a research project.
- Building a literature review.
- Collecting data.

- Writing a thesis.
- Defending a thesis.

Mode de contrôle des connaissances :

A Master thesis and a defense session

New Business models for new media

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

- Designing new business model in the media industry.
- Brainstorming methods.
- Doing a business plan.
- Group project management.
- Building a proof of concept.
- Pitching a project in a professional context.

- During a one-week project timeframe, designing & building a new media & its business model.
- Working with journalism students to do so.
- Assess the viability of the project with a business plan.
- Create a light prototype of your new media.
- Defend your project in front of a media professionals' jury.

Compétence à acquérir :

- Project Management.
- Creativity.
- Assess various type of media business models.
- Build a business plan.
- Communicating in a professional context.

Production audiovisuelle

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

Abordé sous l'angle de la réalité et du détail, le cours présente le métier de producteur en décortiquant les 5 étapes de production d'une série :

- Développement / Ecriture
- Pré production
- Tournage
- Post production
- Festivals et distribution internationale
- Les aspects créatif, artistique, juridique, financier, pratique et international seront abordés dans toutes les étapes de production.

Quelques intervenants choisis, auteurs ou producteurs de fiction, exposeront trois cas précis. la production de programmes de flux sera abordée dans le cours Métiers de l'audiovisuel.

Ce cours cible les étudiants qui se destinent à rejoindre une maison de production, à intégrer un diffuseur, un OTT ou une instance de régulation. Il est essentiel pour tous de comprendre la mécanique du métier de producteur qui seront vos partenaires incontournables.

Compétence à acquérir :

Connaitre le paysage audiovisuel français

Comprendre les interactions des partenaires d'un producteur

Maitriser le processus de création d'une fiction

Etre opérationnel en société de production

Mode de contrôle des connaissances :

Revue de presse en binôme / actualités du PAF - 15 minutes.

Exposé en binôme / monographie d’un acteur de l’audiovisuel - 20 minutes.

Ajustement de la note finale +/- 2 points en fonction de la qualité du travail en groupe et de la participation active ou non.

Projets du Master

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

- Managing project.
- Promoting an event.
- Fundraising/Building a professional network.

- Managing projects related to the master.
- Promoting the master through various events.
- Starting a professional network.
- Organizing a professional event.

Compétence à acquérir :

- Project management.
- Organizing an event.
- Building a professional network.

Rapport de stage / livret d'alternance

ECTS : 3

Régulation du numérique

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

- Introduction : la définition française des industries culturelles/Les poids économique des industries culturelles – comment elles ont été impactées par la transition numérique.
- Les réflexions structurelles en cours pour une meilleure régulation du numérique.
- Les acteurs institutionnels de la régulation du numérique ? Sont-ils des outils appropriés ?
- Les enjeux transversaux auxquels sont confrontées les industries culturelles.
- Comprendre les évolutions structurelles de ces secteurs.
- Evaluer les enjeux.
- Trouver des scénarios internationaux, européens et nationaux de réponse aux difficultés quand elles existent.

Compétence à acquérir :

- Maîtrise des fondamentaux de la régulation des différents secteurs concernés.

Transformations de l'industrie musicale

ECTS : 3

Tutorat

Voyage d'étude

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

Le séminaire vise à fournir des occasions d'échanges avec des professionnels et des experts étrangers sur l'évolution du secteur des médias.

Compétence à acquérir :

Identification d'experts métiers

Préparation d'entretiens

Synthèse et restitution d'entretiens et de conférence

Communication sur les activités professionnelles

Mode de contrôle des connaissances :

Rédaction de compte-rendus

Rédaction de contenus pour les réseaux sociaux

Économie du Jeu Vidéo

ECTS : 3