

Année universitaire 2024/2025

Management des organisations culturelles - 234 - 2ème année de master

Crédits ECTS : 60

LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

Ce parcours généraliste a pour objectif de former les étudiants au management d'organisations culturelles publiques et privées, dans les domaines du spectacle vivant, du patrimoine, du marché de l'art et des industries culturelles. Pour se faire, le master associe, à la gestion, les dimensions économiques, juridiques et politiques indispensables à la compréhension des enjeux d'un projet culturel, et à sa mise en œuvre.

La majorité des enseignants et intervenants sont des professionnels de la culture, travaillant dans des organisations culturelles (musée du Jeu de Paume, théâtre de la Bastille, Orchestre national d'Île de France, La Villette, Condor films, musée d'Orsay, etc.) ou en administration centrale (ministère de la Culture, Centre National du Livre, Centre National de la Musique, etc.).

Les objectifs de la formation :

- Maîtrise de l'environnement institutionnel, politique, juridique et technologique de la Culture
- Maîtrise de la gestion financière, comptable, fiscale et marketing des organisations et des productions culturelles, en intégrant une perspective durable
- Connaître les notions fondamentales du droit du travail, des contrats, du patrimoine et de la création artistique
- Acquérir les connaissances fondamentales en économie et politique de la Culture

PRÉ-REQUIS OBLIGATOIRES

- Titulaires d'un diplôme BAC+4 (240 crédits ECTS) ou équivalent à Dauphine, d'une université, d'une grande école de Management ou d'un autre établissement de l'enseignement supérieur français ou étranger dans les domaines suivants : gestion, droit, économie, sciences sociales et humaines, études artistiques
- Pour les étudiants étrangers, un niveau C1 en langue française est exigé
- Connaissance du milieu culturel et expériences professionnelles, associatives, internationales, etc.
- L'expérience professionnelle d'ores et déjà acquise (stages, bénévolat, etc.) est déterminante dans les critères de sélection

Nous précisons que les BBA donnant le grade de licence ne sont pas reconnus par le Master Management & Organisations comme équivalent à un M1. Nous invitons donc les titulaires de BBA à candidater pour une admission en M1.

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
 - Economie de la culture
 - Management de la Culture
 - Droit du patrimoine culturel et de la création artistique

- Droit des contrats
- Droit du travail appliqué à la culture
- Marketing culturel
- Recherche de financements
- Mises à niveau : Comptabilité et Gestion financière
- Fiscalité des activités culturelles
- Semestre 4
 - Obligatoire
 - Gestion des productions culturelles
 - Pouvoirs publics et culture
 - Actualités
 - Transformations numériques du champs culturel
 - Industries culturelles : audiovisuel, musique, édition
 - Marché de l'art, patrimoine et tourisme culturel
 - Le spectacle vivant
 - Mémoire
 - Stage

DESCRIPTION DE CHAQUE ENSEIGNEMENT

Actualités

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

L'UE d'Actualités culturelles est consacrée à des rencontres, conférences, sorties, visites... en relation avec des acteurs et organisations qui font et/ou pensent la culture aujourd'hui.

Compétence à acquérir :

Développer la connaissance et l'intérêt des étudiants pour les débats en cours dans le secteur culturel. Leur permettre d'aller à la rencontre d'organisations et d'acteurs culturels variés.

Mode de contrôle des connaissances :

Pour valider l'UE d'Actualités, chaque étudiant doit participer, en groupe, à la rédaction de la synthèse d'une des séances d'Actualités pour l'ensemble de la promotion.

Droit des contrats

ECTS : 3

Droit du patrimoine culturel et de la création artistique

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

Les sujet suivants sont abordés :

- La hiérarchie des normes (généralités et application au domaine de la culture) ;
- Le droit de la culture et l'« exception culturelle » ;
- Le droit des contrats : les règles générales du droit des contrats et du droit de la propriété intellectuelle. La problématique du droit moral. La problématique de la gestion collective
- Contrats d'édition, Contrats de production, co-production et représentation, Contrats numériques (développement de sites web, d'applications...).

Compétence à acquérir :

Il s'agit de permettre aux étudiants de mieux appréhender les notions fondamentales des diverses branches du droit de la

culture qui est composite car à la croisée du droit privé et du droit public, du droit national et du droit international. Par ailleurs, il est aussi soumis à de constantes évolutions, règlementaires et jurisprudentielles.

L'objectif est d'acquérir une connaissance générale des normes régissant l'ensemble des domaines culturels, que ces normes soient transversales (notamment droit public économique et propriété littéraire et artistique) ou sectorielles (patrimoine, cinéma, livre, etc.) et de :

- Connaître les principales règles du droit français en matière de contrat et de propriété intellectuelle ;
- Comprendre la logique et les enjeux des principaux contrats de la propriété intellectuelle ;
- Apprendre une méthode de rédaction de projet de contrat.

Bibliographie, lectures recommandées :

Alain Bénabent, les contrats spéciaux civils et commerciaux, 13ème édition, Coll. Précis Domat, Ed. L.G.D.J., Paris, 2019.
André Bertrand, Le droit d'auteur et les droits voisins, 3ème édition, Dalloz Action, Paris, 2010.
Pierre-Yves Gautier, Propriété littéraire et artistique, 11ème édition, Presses Universitaires de France, Paris, 2019.
Patrick Tafforeau, Droit de la propriété intellectuelle, 2ème édition, Coll. Petit lexique, Editions Gualino, Paris, 2017.
François Terré, Philippe Simler et Yves Lequette, Droit Civil - Les obligations, 12ème édition, Précis Dalloz, Paris, 2018.
Jean-Raphaël Pellas, Droit de la culture, Coll. Systèmes, Ed. L.G.D.J., Paris, 2015.

Droit du travail appliqué à la culture

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

- Notions générales de droit du travail,
- Le régime social des intermittents du spectacle et de l'audiovisuel ;
- Autres problématiques de droit social du secteur culturel ;
- Les obligations administratives de l'entrepreneur du spectacle et les obligations sociales liées à l'emploi des salariés (artistes, techniciens, administratifs) dans les activités du spectacle vivant et enregistré (conclusion, exécution et rupture du contrat de travail). Les obligations sociales liées au versement des droits d'auteur ; Assiette et cotisations sociales, leur prise en compte dans la gestion des entreprises.
- Négociation collective, représentation du personnel

Compétence à acquérir :

Acquérir les notions fondamentales relatives aux particularités de l'emploi du secteur culturel.

Bibliographie, lectures recommandées :

Code du travail
Conventions collectives

Economie de la culture

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

L'émergence de l'économie de la culture : *Le contexte et le pourquoi de l'intervention des économistes*

Questions méthodologiques : *Définition du champ, nomenclatures, comparabilité.... De la recherche d'outils d'aide à la décision aux études d'impact.*

La culture et ses publics : analyse de la demande : *Effets d'apprentissage et capital humain spécifique. Les politiques tarifaires.*

Du prototype à la série : les logiques économiques en présence. Quelle légitimité pour l'intervention des pouvoirs publics ? Les ressources humaines au coeur des problèmes du secteur culturel.

Vers une remise en cause des financements publics : de nouvelles modalités de subventionnement ? La boîte de Pandore de la subvention au consommateur.

Compétence à acquérir :

- Comprendre les enjeux macroéconomiques et microéconomiques du secteur culturel.
- Comprendre les évolutions des politiques de soutien public et la mutation technologique des industries culturelles.

Bibliographie, lectures recommandées :

Alain Busson et Yves Evrard (coord.), Management des industries culturelles et créatives, Paris, Vuibert, 2015
Xavier Dupuis, De la légitimité de l'intervention publique, Théâtre public, n°207 : Théâtre et nouveau libéralisme, 2013
Micha Ferrier-Barbut et Rebecca Shankland, La gestion des ressources humaines dans le secteur culturel. Analyse, témoignages et solutions (sous la direction de), Le Territorial Editions, Voiron, 2017
Jérôme Itty, Serge Kancel, Morgane Weill (sous la supervision de Bruno Durieux), L'apport de la culture à l'économie en France, Inspection générale des finances – Inspection générale des affaires culturelles, Paris, 2013
Serge Kancel, Frédéric Baudoin, Camille Herody, Claire Lamboley, Evaluation de la politique de développement des ressources propres des organismes culturels de l'Etat, Inspection générale des finances – Inspection générale des affaires culturelles, Paris, 2015
Philippe Poirrier (sous la direction de), Politiques et pratiques de la culture, Collection « Les notices », Paris, La documentation française, 2017
François Rouet (sous la direction de), Les tarifs de la culture, Paris, La documentation française, 2002
Françoise Taliano-des Garets, Un siècle d'histoire culturelle en France, de 1914 à nos jours, Paris, Armand Collin, 2019
L'économie mosaïque : 3ème Panorama des Industries Culturelles et Créatives en France, EY- France Créative, Paris, 2019
Chiffres clés - Statistiques de la culture et de la communication, Paris, La documentation française, 2020

Fiscalité des activités culturelles

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

- Aide méthodologique à la réalisation du mémoire de recherche
- Donner un encadrement pédagogique à la réalisation des travaux personnels : choix et définition des sujets, orientations pédagogiques, état d'avancement...

Compétence à acquérir :

Définition et structuration d'un sujet de recherche

Méthodologie du recueil de documents, de données et de témoignages

Gestion des productions culturelles

ECTS : 6

Description du contenu de l'enseignement :

Enseignement visant, à travers l'étude de cas pratiques, à analyser les spécificités de la gestion budgétaire et financière des entreprises culturelles dans les secteurs non marchands (festival, production dramatique, lyrique, exposition) et les secteurs industriels de la culture (société de production audiovisuelle, production cinématographique, discographie, édition).
Réalisation de budgets de production dans des contextes économiques différents.

Au cours des séances, trois types d'approche sont privilégiées : la gestion des flux financiers (trésorerie et fonds de roulement), la gestion comptable et fiscale (comptabilité et recherche de l'optimum fiscal) et la gestion des cycles d'exploitation et des investissements (gestion budgétaire). Les contextes administratifs et juridiques sont également pris en compte car ils font partie intégrante de la gestion de production. Ils impactent en permanence les conditions de la production (quantité, qualité, délais, coûts) en les encadrant (code du travail, conventions collectives, prix unique, etc.).

Compétence à acquérir :

Maîtrise des outils utiles à l'estimation des coûts, la prévision, le suivi et le contrôle budgétaire, l'évaluation de la viabilité et de la rentabilité d'un projet ou d'une entreprise.

Bibliographie, lectures recommandées :

Fougea J.-P., Les outils de la production : Cinéma et télévision, Ed. Dixit, Paris, 2011
Mairesse F., Gestion de projets culturels - Conception, mise en œuvre, direction, Ed. A. Colin, Paris, 2016
Puig C., Monter une production, Ed. La Scène, Nantes, 2018
http://artere.blob.core.windows.net/media/2189/budget_production_cnt.pdf , Elaborer son budget de production, Le Jurisculture - Centre National du Théâtre, Nantes - Paris, 2010

Industries culturelles : audiovisuel, musique, édition

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

Présentation et analyse des problèmes de la production audiovisuelle dans un contexte de développement des nouvelles technologies. L'objectif est de fournir à de futurs administrateurs de la culture les outils nécessaires pour mener à bien des projets audiovisuels et/ou numériques (captations de spectacle, production de documentaires culturels ou de DVD, ...). Un intérêt particulier est porté à l'impact du numérique sur l'avenir des politiques culturelles et audiovisuelles (modification des circuits économiques, problème des droits et du téléchargement illégal, révision des modes d'action publics).

Produire à l'heure du « media global ». L'espace et le temps : du local à l'international (le système français ; l'Union Européenne). Les enjeux politiques et économiques.

Les stratégies du financement. La distribution et les nouvelles technologies. La chronologie des médias.

GAFA et plateformes de streaming : quelles réglementations, quelles taxations ?

Compétence à acquérir :

Le paysage audiovisuel français. Production et distribution des œuvres audiovisuelles.

Connaître les politiques publiques du cinéma et de l'audiovisuel.

Connaître la chaîne de production d'un film de l'idée au film fini : réalisation, budget, financements, exploitations, produits dérivés.

Comprendre comment s'articulent fiction, documentaire, long-métrage, télévision, cinéma et vidéo.

Bibliographie, lectures recommandées :

René Bonnell, *Le cinéma exploité*, Coll. Ramsay Poche Cinéma, n° 29, Ed. Ramsay, Paris, 1999.

René Bonnell, *La Vingt cinquième image, une économie de l'audiovisuel*, 4ème édition, Gallimard, Paris, 2006.

Laurent Creton, *L'économie du cinéma*, 5ème édition, Armand Colin, Paris, 2014.

Simone Harari-Beaulieu, *La chaîne et le réseau. Pourquoi Netflix ne va pas tuer la télévision*, Ed. de l'Observatoire, Paris, 2018.

Alain Le Diberder, *La nouvelle économie de l'audiovisuel*, Coll. Repères, La Découverte, Paris, 2019.

Marc Le Roy, *Télévision, cinéma et vidéo à l'ère du numérique: Comprendre la révolution de la consommation audiovisuelle*, www.droit.du.cinema.fr, 2016.

Bilans annuels et études du Centre national de la cinématographie et de l'image animée, Paris.

Le spectacle vivant

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

Appréhender les dispositifs et le processus de la relation entre la création artistique et les spectateurs, par discipline et sur tous les aspects : esthétiques, économiques sociaux et politiques, notamment publiques, principalement en France mais avec des comparaisons internationales.

L'objectif principal est de donner à l'étudiant une vision panoramique du spectacle vivant et de l'ensemble des acteurs.

La politique de labellisation de l'Etat. Les établissements publics (Centre nationaux de la musique, du théâtre, de la danse, des arts de la rue, des arts du cirque). L'importance des organismes et structures professionnelles. Le rôle des sociétés civiles gestionnaires des droits d'auteurs et des droits dérivés.

Compétence à acquérir :

Le cours présente le monde du spectacle vivant en France avec ses réseaux, ses méthodes et ses usages. Il s'agit d'en aborder toutes les composantes : théâtre, musique, danses, arts de la rue, productions dans le cadre de structures publiques ou privées.

L'objectif est de donner à l'étudiant une vision panoramique du spectacle vivant et au-delà de le préparer à y entrer professionnellement.

Il s'agit d'analyser et comprendre son environnement pour élaborer un projet dans le champ du spectacle vivant, acquérir une vision globale du milieu, devenir opérationnel rapidement et savoir mettre en application ce qu'on a appris...

Bibliographie, lectures recommandées :

Le guide du CNT, L'Officiel de la musique – IRMA, la lettre du CAGEC ou de Juris Association (abonnement), l'annuaire de l'ADMICAL (pour le mécénat).

Les publications & colloques des organismes suivants : ONDA, HORS LES MURS, CND, IRMA, SACD, SACEM... ainsi que les sites internet correspondants.

Les lettres d'information du Ministère de la Culture

Revue « La Scène » (en kiosque), « La lettre du spectacle » (abonnement)

Management de la Culture

ECTS : 3

Marché de l'art, patrimoine et tourisme culturel

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

Les politiques publiques de conservation et de valorisation du patrimoine.

Les caractéristiques de la demande en matière de patrimoine, les attentes des publics à l'égard des musées et des monuments historiques.

Politique de valorisation du patrimoine et tourisme culturel (routes historiques, villes et pays d'art et d'histoire...).

Les mutations du monde muséal. Publics et nouvelles technologies.

Le marché de l'art : de l'art ancien à l'art contemporain. Collectionneurs, galeries, centres d'art et institutions publiques (FNAC, FRAC) : les interventions de l'État.

Les maisons de ventes aux enchères.

Compétence à acquérir :

Aborder les questions de politique publique et de valorisation du patrimoine. Comprendre le fonctionnement et l'évolution du marché de l'art.

Bibliographie, lectures recommandées :

Amirou R., *Imaginaire du tourisme culturel*, PUF, Paris, 2000.

Benhamou F., *Economie du patrimoine culturel*, La découverte, Paris, 2012.

Du Cluzeau C., *Le tourisme culturel*, Presses universitaires de France, Paris, 2007.

Dupuis X., Le district patrimonial, territoire d'un développement touristique durable, dans : *Regards croisés sur le management du tourisme durable*, Eric Leroux et Philippe Callot (sous la direction de), L'Harmattan, Paris, 2013, pp. 35-54

Grefte X., *La valorisation économique du patrimoine*, Questions de culture, La Documentation française, Paris, 2003.

Moulin R., *L'Artiste, l'institution et le marché*, Flammarion, Paris, 1992.

Moulin R., Le Marché de l'art. Mondialisation et nouvelles technologies, « *Dominos* » n°196, Flammarion, Paris, 2000.

Nicolas Yann (sous la direction de), *Modèles économiques des musées et bibliothèques*, La Documentation française, Paris, 2017.

Tobelem, J.M., *Le nouvel âge des musées*, A. Colin, Paris, 2011.

Marketing culturel

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

L'objectif de ce cours est de permettre aux étudiants de comprendre quelles sont les spécificités du marketing des organisations culturelles, d'en appréhender les enjeux et les principaux outils, et d'en assimiler la logique stratégique.

La première partie introduit la problématique du marketing appliqué à la sphère culturelle : comment penser le marketing dans des univers qui souvent le rejettent ou le cantonnent au seul territoire de l'échange marchand ? La deuxième partie aborde les dimensions stratégiques du marketing culturel. Après avoir défini le domaine des études de public et ses principaux outils, le cours s'arrête plus longuement sur les notions de segmentation, de ciblage et de positionnement : quels sont les publics que l'organisation culturelle souhaite toucher, et comment se présenter à eux de manière pertinente et attractive ? La troisième partie concerne l'ensemble des leviers d'action opérationnels permettant de mettre en œuvre la stratégie marketing, c'est-à-dire de toucher la cible visée tout en incarnant le positionnement choisi. A partir de nombreux exemples tirés des différents champs culturels, on discutera les principaux outils relatifs à l'offre (leviers expérientiels, marques, prix ou tarifs), à la communication (publicité, communication digitale, communication hors média, promotion), à la relation (outil de fidélisation et d'engagement) et à la diffusion.

La méthode pédagogique alterne cours magistral, débats, mini-exercices et exposés.

Compétence à acquérir :

A l'issue du cours, l'étudiant doit être capable de proposer une stratégie marketing pertinente pour une organisation culturelle, et déployer un ensemble cohérent d'outils pour la mettre en œuvre.

Mode de contrôle des connaissances :

L'évaluation consiste en un exposé sur une « actualité du marketing culturel » (30%), et un dossier à rendre prenant la forme d'une proposition stratégique ou de l'audit marketing d'une organisation culturelle (70%)

Bibliographie, lectures recommandées :

Bourgeon-Renault D., Debenedetti S., Gombault A. et Petr C., *Marketing de l'Art et de la Culture : spectacles vivants, patrimoine et industries culturelles*, 3e édition, Dunod, Paris, 2023.

Mises à niveau : Comptabilité et Gestion financière

ECTS : 6

Description du contenu de l'enseignement :

Partie A : Mise à niveau - Comptabilité

Thème 1 – Lire les états financiers (Séances 1 & 2)

- Le format et contenu du bilan, compte de résultat et annexes d'une entreprise ou d'une association
- Le Plan comptable général applicable aux entreprises industrielles et commerciales (règlement ANC 2014-03) et le Plan comptable général applicable aux associations (règlement ANC 2018-06)
- Les principes comptables

Thème 2 – Mesure du résultat (Séances 3 & 4)

- Les opérations d'inventaire sur les actifs circulant d'exploitation (aspects techniques et relativité de la mesure)
- La régularisation des charges et des produits
- La politique comptable autour des actifs corporels et incorporels

Thème 3 – Focus sur les associations (Séances 5 & 6)

- Spécificités comptables des associations, fondations et fonds de dotation
- Les difficultés de la représentation comptable pour les organisations culturelles

Partie B : Mise à niveau - Gestion financière

La gestion prévisionnelle et l'analyse financière : Budget de trésorerie et plan de financement, bilan et compte de résultat, mise en place des financements / Marges (compte de résultat), solvabilité et liquidité (bilan), approche par les ratios (rentabilité, marge, efficacité et structure). Flux de fonds et flux de trésorerie. Politique d'investissement et politique de financement.

Séance 1 : Introduction - Entreprises et problématiques financières, temps et risque, documents comptables

Séances 2 et 3 : Gestion financière – Présentation générale, prévision, trésorerie et financement, tableau de flux de trésorerie / plan de trésorerie, mise en place des financements court terme – Plan de financement, capacité d'autofinancement, mise en place des financements long terme

Séance 4 : Analyse financière – Présentation générale, états financiers en normes françaises, activité, compte de résultat, soldes intermédiaires de gestion _ ratios de marge

Séance 5 : Analyse financière – Bilan, équilibre financier, fonds de roulement, besoin de fonds de roulement, trésorerie, approche patrimoniale – Bilan, fonds de roulement, besoins de financement, trésorerie, approche fonctionnelle

Séance 6 : Analyse financière – bilan financier, levier _ ratios de structure, d'efficacité, de rentabilité. Test écrit individuel.

Compétence à acquérir :

Partie A : Mise à niveau - Comptabilité

- La maîtrise du vocabulaire comptable et la lecture des états financiers (bilan, compte de résultat, annexes)
- La connaissance du cadre légal et réglementaire s'appliquant à l'organisation pour laquelle il faut établir des états financiers
- La compréhension du processus comptable
- La compréhension des enjeux de la représentation comptable et de l'évaluation des actifs afin d'élaborer une politique comptable

Partie B : Mise à niveau - Gestion financière

- La maîtrise des principes de base de l'analyse financière et de la gestion financière :

capacité de lire les documents comptables (compte de résultat et bilan) publiés par une entreprise afin de porter un jugement sur son activité, sa situation financière et sa performance, ainsi que sur les risques qui en découlent,

capacité de réaliser et analyser un compte de résultat prévisionnel, un plan de trésorerie et un plan de financement, afin de prendre des décisions et de négocier des financements.

Mode de contrôle des connaissances :

Partie A : Mise à niveau - Comptabilité : Test écrit individuel

Partie B : Mise à niveau - Analyse financière et gestion financière : Test écrit individuel (séance 6) et bonus de participation de 0 à 2 points : 100%

Bibliographie, lectures recommandées :

Charreaux G., « Gouvernement d'entreprise et comptabilité » in *Encyclopédie de Comptabilité, Contrôle de gestion et Audit*, sous la direction de B. Colasse, Economica, pp. 861-876, 2009.

Colasse B. et Oxibar B., *L'analyse financière de l'entreprise*, Collection Repères, 6ème édition, La Découverte, 2021.

Colasse B., *Les fondements de la comptabilité*, 2nde édition, La Découverte, coll. Repères, n°485, 2012.

Collain B., Dejean F. & Le Theule M.-A., *Mini manuel de comptabilité*, 4ème édition, Dunod, 2021.

Quiry P. et Le Fur Y., *Finance d'entreprise (Pierre Vernimmen)*, 20ème édition, Dalloz, 2022.

Thuelin E., *Analyse financière : Groupes et IFRS*, Economica, 2014

Colasse B. (2015), Dictionnaire de comptabilité - Compter/contenir l'entreprise, Repères éd. La Découverte

Mémoire

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

Travail personnel de recherche. Chaque étudiant doit concevoir et rédiger un mémoire qui doit faire écho à son projet professionnel. Le choix du mémoire est arrêté par le directeur du Parcours sur proposition de l'étudiant au cours du premier semestre. Pour la préparation et la rédaction de ce mémoire, il est encadré et dirigé par un membre de l'équipe pédagogique du parcours, désigné par le responsable, sur proposition de l'étudiant. Le suivi est également organisé dans le cadre des « ateliers méthodologiques »

Compétence à acquérir :

Acquérir la méthodologie de la recherche documentaire, de la recherche d'informations et de témoignages de professionnels en liaison avec une problématique interrogeant une ou des questions-clefs du milieu culturel.

Pouvoirs publics et culture

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

Genèse et panorama des politiques culturelles en France

Les financements publics de la culture. Les rôles de l'Etat, des collectivités territoriales et des opérateurs publics. Déconcentration et décentralisation.

L'Europe et la culture.

Les relations culturelles internationales : diplomatie d'influence, protection internationale du patrimoine, diversité culturelle

L'action culturelle extérieure de la France, le réseau culturel français à l'étranger, les stratégies internationales des acteurs culturels français

Compétence à acquérir :

Intégrer les enjeux internationaux et de politique culturelle dans le développement des entreprises culturelles, donner les outils d'analyse permettant de mieux prendre en compte dans la gestion culturelle, le contexte, les opportunités et les contraintes liées à l'environnement national, européen et international ;

Disposer des connaissances de base et d'un cadre d'analyse concernant les politiques culturelles en France et leur financement.

Connaître le paysage des institutions, des réseaux et des programmes publics de soutien aux échanges culturels internationaux , en France, en Europe et à l'étranger

Mode de contrôle des connaissances :

Présentation d'exposés collectifs et rédaction d'une note de synthèse

Bibliographie, lectures recommandées :

- Chiffres clés 2022 – statistiques de la culture et de la communication. Département des études, de la prospective et des statistiques (DEPS) 2022
- Effort financier de l'Etat dans le domaine de la culture et de la communication -Annexe au projet de loi de finances pour 2023
- Note de conjoncture sur les dépenses des collectivités territoriales et leurs groupements (2019-2021) Observatoire des politiques culturelles 2021
- Atlas territorial de la culture , atlasculture.fr ; Département des études, de la prospective et des statistiques (DEPS) 2022
- Les politiques de la culture en France Philippe POIRRIER 2016
- La diplomatie culturelle (Que sais-je ?) ; Alain LOMBARD 2022
- Re/Penser les politiques en faveur de la créativité – La culture, un bien public mondial UNESCO 2022
- Géopolitiques de la culture : l'artiste, le diplomate et l'entrepreneur, Bruno NASSIM ABOUDRAR, François MAIRESSE, Laurent MARTIN, 2021
- The Culture EU Funding guide 2021-27 ; 2021 ;

Recherche de financements

ECTS : 3

Stage

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

Chaque étudiant doit accomplir un stage d'une durée minimale de trois mois à temps plein, soit quelque 400 heures, dans une structure du champ culturel (entreprise, administration, secteur privé ou secteur public...). Le stage peut être réalisé à l'international.

Compétence à acquérir :

Cette immersion en contexte professionnel doit permettre à l'étudiant d'analyser et de comprendre son environnement pour élaborer un projet, acquérir une vision globale du milieu, devenir opérationnel rapidement et savoir mettre en application ce qu'il a appris... telles sont les compétences développées afin de préparer l'étudiant à travailler dans le champ culturel.

Transformations numériques du champs culturel

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

1. **Panorama numérique**
2. *Des années 90 à nos jours*
3. *Les grands concepts – les grandes Fractures*
4. *La Cartographie des Tendances*
5. **Transformation Numérique**
6. *De la Génération X à la Génération Z*
7. *De l'informatique au Smartphone*

8. *Du Web 1.0 au Web 4.0*

9. Industries culturelles et créatives

10. *Les technologies immersives du virtuel*

11. *Les audiences numériques*

12. *Les nouvelles industrie*

13. EdTech et talents

14. *Adaptative Learning*

15. *"upskilling" et "reskilling"*

16. *Machine Learning et Deep Learning*

17. Technologies, data et IA

18. *Souveraineté Numérique*

19. *Sobriété numérique*

20. *Metavers – les nouveaux Univers Virtuels*

21. Ville durable

22. *ATAWAD*

23. *SoLoMo*

24. *Smart cities*

25. Gamification

26. *Expérience immersive*

27. *Simulation virtuelle*

28. *Visite du E-Lab Cité des Sciences La Villette*

Compétence à acquérir :

Familiarisation avec les problématiques de transformations numériques de la création, la production, la gestion et la diffusion culturelle.

Mode de contrôle des connaissances :

Réalisation d'une production numérique diffusable multimédia, de 2 minutes sur une problématique liée à la transformation culturelle de la culture.

Bibliographie, lectures recommandées :

Richard E Caves, *Creative industries contracts between arts and commerce*, Harvard University Press, Harvard, 2000

Emmanuel Durand, *La menace fantôme : Les industries culturelles face au numérique*, Coll. Nouveaux Débats, Sciences Po- Les Presses, Paris, 2014

Benoît Epron, Marcello Vitali-Rosati, *L'édition à l'ère numérique*, coll Repères, La découverte, 2018

François Rouet, *Le livre une filière en danger ?*, 4ème édition, notes et études documentaires, La documentation française 2013

Nathalie Sonnac, *L'économie de la presse à l'ère numérique*, coll Repères, La découverte, 2013

Université Paris Dauphine - PSL - Place du Maréchal de Lattre de Tassigny - 75775 PARIS Cedex 16 - 21/11/2024