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.