

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.

Document susceptible de mise à jour - 02/04/2026

Université Paris Dauphine - PSL - Place du Maréchal de Lattre de Tassigny - 75775 PARIS Cedex 16