

Année universitaire 2026/2027

Management des télécoms et des média (MTM)

- 226 - 2ème année de master

Notice: Undefined variable: infoContacts in /var/www/html/rof-parcours/.includes/functions.inc.php on line 102

Crédits ECTS : 60

LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

Ce parcours Management des télécoms et des média (MTM) 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

MODALITÉS D'ENSEIGNEMENT

La formation représente environ 300 heures de cours, réparties entre septembre et février. Une partie des enseignements sont dispensés en anglais. Le parcours comprend des enseignements théoriques (notamment concentrés au premier semestre), ainsi que des enseignements appliqués. La plupart des enseignements donnent lieu à la réalisation de projets en groupe. L'enseignement "New Business Model for New Media" est un séminaire bloqué d'une semaine réalisé en partenariat avec le Master journalisme de l'Institut Pratique du Journalisme. Le voyage d'études se déroule à Londres en fin de parcours (avril), et consiste en des rencontres avec des professionnels et des entreprises du secteur des médias sur le campus de Dauphine à Londres.

ADMISSIONS

- 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 intérêt 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](#)
- [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

SEMESTRE 3

Obligatoire

Économie du Jeu Vidéo

ECTS : 3

Enseignant responsable : PHILIPPE CHANTEPIE

Langue du cours : Français

Coefficient : 1

Les métiers de l'audio-visuel

ECTS : 3

Enseignant responsable : GERALDINE BENE DELAPORTE

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Présentation des différents métiers sectoriels à travers des masterclasses

Compétences à acquérir :

Connaissance des différents métiers de l'audiovisuel pour gérer sa carrière

Coefficient : 1

Digital China

ECTS : 3

Enseignant responsable : JEAN DOMINIQUE SEVAL

Langue du cours : Français

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, mobility, 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.

Compétences 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

Coefficient : 1

Bibliographie, lectures recommandées :

- "Les trente glorieuses chinoises" de Caroline Puel (Tempus, 2013)
- Articles sur la Chine numérique in Le Monde et Usbek & Risa, 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)

Data management 1

ECTS : 3

Enseignant responsable : FREDERIC GRELIER

Langue du cours : Français

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.

Compétences à acquérir :

- Mise en oeuvre et Pilotage de projets Data.

Coefficient : 1

Initiation aux technologies numériques

ECTS : 3

Enseignant responsable : LAURENT BISTER

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Contenu : perspectives sur 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, objets connectés / IoT
 - Réseaux de télécommunication
- Thèmes approfondis
 - Intelligence artificielle
 - Cloud
 - Blockchain
 - Web 3
 - 5G / 6G
 - Audiovisuel et médias digitaux
 - Métavers, XR

- Numérique et énergie
- Perspectives sur les technologies de demain et après-demain :
 - quantique : informatique et réseaux quantiques
 - informatiques probabiliste et neuromorphique
 - processeurs
 - photonique

Compétences 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, dans la recherche de l'atteinte d'un objectif d'entreprise, les principales technologies pour imaginer, gérer ou promouvoir des services numériques

Pré-requis obligatoires

Maîtrise du raisonnement

Pré-requis recommandés

Stratégie

- Analyse stratégique
- SWOT

Marketing

- Marketing stratégique
- Analyse de besoin
- Etudes de marché
- Marketing Mix
- Bases du marketing opérationnel

Finance

- RIO
- Cash flows
- Modes de financement : augmentation de capital, crédit bancaire, crédit fournisseur, paiement anticipé du client, location, auto-financement
- Financement de l'investissement
- Financement des opérations courantes

Comptabilité

- Principes de la comptabilité générale
- Bilan - Compte de résultat
- CAPEX / OPEX

Droit

- Fondements du droit civil
- Notions de droit des affaires

Mode de contrôle des connaissances :

Contrôle continu

Coefficient : 1

Bibliographie, lectures recommandées :

- [Le marketing des objets technologiques et des services numériques](#) Bruno Salgues, Laurent Bister, ISTE Editions, mai 2014

ECTS : 3

Enseignant responsable : HENRI ISAAC (<https://henriisaac.fr>)

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Introduction générale

La transformation de l'industrie audiovisuelle

L'émergence d'un écosystème numérique

Monétisation des audiences à l'ère numérique

Media à l'ère numérique : la thèse de la convergence part.1

Media à l'ère numérique : la thèse de la convergence part.2

Compétences à acquérir :

Comprendre les logiques de construction des audiences à l'ère numérique

Analyser la recomposition des chaînes de valeur

Appréhender la notion de convergence des médias

Maîtriser la théorie de l'innovation disruptive dans le cadre de l'industrie des médias

Pré-requis recommandés

Une bonne connaissance des modèles publicitaires des médias historiques (télévision, radio, presse)

Mode de contrôle des connaissances :

Travail de groupe avec une présentation en cours puis remise d'un rapport définitif (100%)

Bibliographie, lectures recommandées :

James WEBSTER The marketplace of attention

Henry JENKINS, Convergence Culture

Mark BERGEN Like Comment subscribe

Matthew BALL, The metaverse

Movie Business

ECTS : 3

Enseignant responsable : ILANN GIRARD

Langue du cours : Français

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.

Compétences 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).

Coefficient : 1

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

ECTS : 3

Enseignant responsable : CLAUDE-YVES ROBIN

Langue du cours : Français

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.

Compétences à acquérir :

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

Coefficient : 1

La transformation des modèles audiovisuels

ECTS : 3

Enseignant responsable : EMMANUEL GENIN

Langue du cours : Français

Coefficient : 1

SEMESTRE 4

Obligatoire

New Business models for new media

ECTS : 3

Enseignants : PASCAL GUENEE, HENRI ISAAC

<https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/guenee-pascal>

<https://henriisaac.fr>

Langue du cours : Français

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.

Compétences à acquérir :

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

Mode de contrôle des connaissances :

- Draft design
- Prototype
- marketing Plan
- Pitch

Coefficient : 1

Bibliographie, lectures recommandées :

Baden-Fuller C., Morgan M. S., 2010, Business Models as Models, Long Range Planning, Vol. 43, Issues 2–3, pp. 156-171, <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2010.02.005>

Kohtamäki M., Parida V., Oghazi P., Gebauer H., Baines T., 2019, Digital servitization business models in ecosystems: A theory of the firm, Journal of Business Research, Vol. 104, pp 380-392, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.06.027>

Rasmussen, S., 2010, News as a Service: Adoption of Web 2.0 by Online Newspapers. In: D'Atri, A., De Marco, M., Braccini, A., Cabiddu, F. (eds) Management of the Interconnected World. Physica-Verlag HD. https://doi.org/10.1007/978-3-7908-2404-9_2

Olsen, R. Kr., Furseth, P. I., 2023, Service Innovation and Value Creation in Local Journalism During Times of Crisis. Journalism Studies, 24(4), 496–514. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2173510>

Viljakainen A., Toivonen M., 2014, The futures of magazine publishing: Servitization and co-creation of customer value, Futures, Volume 64, pp 19-28, <https://doi.org/10.1016/j.futures.2014.10.004>

Mémoire de Master

ECTS : 6

Langue du cours : Français

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 qualitative. - Defend the master thesis.

Compétences 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

Coefficient : 1

Projets du Master

ECTS : 3

Enseignant responsable : ALINE GALUD

Langue du cours : Français

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.

Compétences à acquérir :

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

Coefficient : 1

Voyage d'étude

ECTS : 3

Enseignant responsable : HENRI ISAAC (<https://henriisaac.fr>)

Langue du cours : Français

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.

Compétences à acquérir :

Identification d'experts métiers

Préparation d'entretiens

Synthèse et restitution d'entretiens et de conférence

Communication sur les activités professionnelles

Pré-requis obligatoires

Avoir suivi les enseignements du master

Mode de contrôle des connaissances :

Rédaction de compte-rendus

Rédaction de contenus pour les réseaux sociaux

Coefficient : 1

Rapport de stage / livret d'alternance

ECTS : 3

Langue du cours : Français

Coefficient : 1

Tutorat

Langue du cours : Français

Optionnel - 4 UE à choisir

Transformations de l'industrie musicale

ECTS : 3

Enseignant responsable : ALBERIC TELLIER (<https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/tellier-alberic>)

Langue du cours : Français

Coefficient : 1

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

ECTS : 3

Enseignant responsable : FRANCOIS HURARD

Langue du cours : Français

Coefficient : 1

Droit de l'audio-visuel

ECTS : 3

Enseignant responsable : THIERRY-PIERRE JOUANDET

Langue du cours : Français

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).

Compétences 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.

Coefficient : 1

Production audiovisuelle

ECTS : 3

Enseignant responsable : ALINE GALUD

Langue du cours : Français

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.

Compétences à acquérir :

Connaitre le paysage audiovisuel français

Comprendre les interactions des partenaires d'un producteur

Maîtriser 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.

Coefficient : 1

IA & industries créatives

ECTS : 3

Enseignant responsable : LAURENT BISTER

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Thèmes généraux :

- Approfondissement des notions de base sur l'IA, capacités de création avec des IA, perspectives d'évolution technique de l'IA dans les industries créatives
- Optimisation du management et des processus de création, production, distribution, communication
- Droits de propriété avec l'IA dans les industries créatives
- Transformation des modèles économiques permis par l'IA dans les industries créatives et incidences sur l'emploi
- Opportunités et risques sociétaux

3 domaines d'application :

- IA dans le cinéma
- IA dans la musique
- IA dans le jeu vidéo

Le cours se compose de contenus théoriques, de démonstrations et d'interventions de praticiens des domaines d'application.

Compétences à acquérir :

Acquérir la compréhension du potentiel et des limites de l'IA dans les industries créatives, avec les technologies actuelles et émergentes

Apprendre à utiliser différents types d'IA générative utilisées dans les industries créatives

Acquérir des repères fiables et une connaissance opérationnelle pour permettre une prise de décision éclairée sur les opportunités et les risques liés à l'utilisation des différentes sortes d'IA et pour dialoguer avec des experts des domaines de l'IA, de la création et du management

Pré-requis obligatoires

Notions générales sur l'Intelligence Artificielle

Mode de contrôle des connaissances :

Contrôle continu

Coefficient : 1

Digital out of home

ECTS : 3

Enseignant responsable : ALBERT ASSERAF

Langue du cours : Français

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.

Compétences 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

Coefficient : 1

Bibliographie, lectures recommandées :

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

Conseil en transformation numérique

ECTS : 3

Enseignant responsable : RENAUD KAYANAKIS

Langue du cours : Français

Coefficient : 1

Document susceptible de mise à jour - 06/09/2026

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