Année universitaire 2026/2027

Management des organisations culturelles - 2ème année de master

Responsable pédagogique : STEPHANE **DEBENEDETTI** - https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/debenedetti-stephane

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'Ile 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
- Connaitre 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

MODALITÉS D'ENSEIGNEMENT

Le parcours représente 380 heures de cours, réparties d'octobre à mars.
L'étudiant doit suivre des enseignements transversaux en gestion, économie, droit de la culture et politique culturelle, ainsi que des enseignements sectoriels sur le spectacle vivant, le patrimoine et le marché de l'art et les industries culturelles.
Un mémoire de recherche ainsi qu'un stage de 3 à 6 mois complètent la formation.

ADMISSIONS

- 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
    - Recherche de financements
    - Fiscalité des activités culturelles
    - Management de la Culture et développement durable
    - Droit du patrimoine et de la création
    - Droit des contrats dans la culture
    - Droit du travail et ressources humaines dans la culture
    - Marketing des organisations culturelles
    - Principes fondamentaux en comptabilité et gestion financière
- Semestre 4
  - Obligatoire
    - Mémoire
    - Stage
    - Gestion des productions culturelles
    - Patrimoine, musée et marché de l'art
    - Spectacles vivants
    - Pouvoirs publics et politique culturelle
    - Les publics de la culture
    - Actualités culturelles
    - Transformations numériques dans la culture
    - Industries culturelles: audiovisuel, musique et édition

DESCRIPTION DE CHAQUE ENSEIGNEMENT

SEMESTRE 3

Obligatoire

Economie de la culture

ECTS : 3

Enseignant responsable : YANN **NICOLAS**

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Le cours est une introduction à l'analyse économique du domaine des arts, de la culture et des médias. Il vise à apporter à de futurs professionnels du domaine des éléments de compréhension des comportements de divers acteurs du domaine en tant qu'agents économiques : artistes, opérateurs privés et autres organisations, industries, associations, réseaux, institutions, acteurs publics (législateur, décideurs publics, élus, collectivités publiques), consommateurs, public(s), etc. Sont étudiés en particulier, après une introduction chiffrée au secteur culturel français :

- la demande et l'offre de spectacles vivants puis la « maladie des coûts » du spectacle vivant

- le phénomène de star system dans les industries de la culture et des médias : observations empiriques et théories explicatives

- les droits d'auteur en tant que réglementation de marché : fonctions économiques de la législation et la réglementation sur la propriété littéraire et artistique impact de la révolution numérique évaluation d'impact de la « réponse graduée » de la Hadopi sur la fréquentation des films en salle

- l'économie des biens culturels numériques : tarification, révolution numérique, piratage numérique et streaming

- l'impact économique d'une activité culturelle dont l'impact économique de dépenses de court terme d'un équipement ou d'un événement culturel pour son territoire environnant (+ impact de l'annulation des festivals d'Avignon et d'Aix-en-Provence en 2003 + utilisation de l'outil Google Trends)

- l'économie des musées

- l'analyse économique du soutien public dans le domaine des arts et de la culture.

Compétences à acquérir :

Basé sur le raisonnement économique, le cours vise à améliorer trois compétences pour l'étudiant :

- sa compréhension des comportements d'une diversité d'agents économiques du domaine des arts, de la culture et des médias, en enrichissant cette compréhension d'une perspective mettant l'accent sur l'impératif d'arbitrages quotidiens entre besoins illimités et ressources rares,

- son appréhension du potentiel et des limites de mesures de politique publique définies au sens large dans le domaine

- sa capacité à en tirer parti en tant que futur professionnel (plus éclairé, informé, avisé).

Mode de contrôle des connaissances :

Test sur table d'1h30 composé de huit questions de cours.

Coefficient : 2

Bibliographie, lectures recommandées :

- F. Benhamou (2017), L'économie de la culture, La Découverte, « Repères ».

- F. Benhamou (2019), Économie du patrimoine culturel, La Découverte, « Repères ».

- F. Benhamou et J. Farchy (2010), Droit d'auteur et copyright, La Découverte, « Repères ».

- J. Farchy, D. Sagot-Duvauroux (1994), Économie des politiques culturelles, PUF, « Économie ».

- G. Guibert, F. Rebillard, F. Rochelandet (2016), Médias, culture et numérique, Armand Colin, « Cursus ».

- C. Hellmanzik (2020), Cultural Economics, "The Economy Key Ideas" Series, Agenda Publishing.

- F. Lévêque, Y. Menière (2003), Économie de la propriété intellectuelle, La Découverte, « Repères ».

- F. Mairesse, F. Rochelandet (2015), Économie des arts et de la culture, Armand Colin.

- R. Towse (2014), Advanced Introduction to Cultural Economics, Edward Elgar.

- R. Towse (2019), A Textbook of Cultural Economics, Second Ed., Cambridge University Press.

- R. Towse, T. Navarrete Hernández (2020), Handbook of Cultural Economics, Third Edition, Edward Elgar.

Recherche de financements

ECTS : 3

Enseignants : MARIE **BALLARINI**, JEAN PHILIP **LUCAS**, ELIOT **PINEL**
https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/ballarini-marie

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Ce cours a vocation à transmettre les clés de lecture, outils et méthodologies à la recherche de financements exogènes (subvention, mécénat, financement participatif) pour des projets culturels. Il est construit en trois axes et approches complémentaires : une introduction aux enjeux de la recherche de financements (définitions, cadres juridiques, préalables administratifs, grandes tendances, stratégies de positionnement), une mise en pratique de méthodes et outils du fundraising au travers de cas d'usages. Le cours est dispensé par trois spécialistes de chaque source de financement, les subventions, le mécénat et le crowdfunding.

Compétences à acquérir :

Compétences à acquérir :

- Comprendre le contexte de la recherche de financement

- Concernant la subvention : comprendre le cadre juridique de la subvention, les différents types de subvention, les logiques de la subvention pour la collectivité acquérir une méthodologie de recherche de subventions (référencement, argumentaire, budget, évaluation, suivi), ainsi que les bases sur les outils administratifs nécessaires à la recherche de subventions

- Concernant le mécénat : comprendre le cadre juridique du mécénat, les différents types de mécénat, les logiques et stratégies de l'entreprise mécène identifier les leviers d'une action de mécénat, et acquérir une méthodologie de recherche de mécénat (référencement, argumentaire, conception des contreparties, budget, évaluation, suivi)

- Concernant le financement participatif : comprendre les logiques du financement participatif, les différents types de financement participatif.

Mode de contrôle des connaissances :

Montage d'une stratégie de financement d'un projet culturel sous forme de dossier + oral

Coefficient : 2

Bibliographie, lectures recommandées :

- ADMICAL. Baromètre du mécénat 2022 - https://admical.org/contenu/barometre-du-mecenat-dentreprise-1

- Ballarini, Marie. Musées et financements participatifs. Reseaux, 2020, no 1, p. 203-240.

- Mairesse, François. Le musée hybride. Paris, La Documentation française, 2010.

- Nielsen, Karen. Le mécénat, mode d'emploi, Ed. Economica, Paris, 2007, 274 p.

Fiscalité des activités culturelles

ECTS : 3

Enseignant responsable : VERONIQUE **BERANGER**

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Après une présentation des principaux impôts, le cours portera sur la démarche mise en place par l'administration fiscale pour déterminer la fiscalité applicable aux organismes sans but lucratif (associations, fondations, fonds de dotation) et aux établissements publics. Les dernières séances porteront sur une présentation détaillée de dispositifs tels que le mécénat, les crédits d'impôt, la fiscalité des objets d'art ou celle des droits d'auteur.

Compétences à acquérir :

L'objectif de ce cours est de permettre aux étudiants d'acquérir des notions essentielles en matière de fiscalité, d'appréhender les particularités de la fiscalité des organismes culturels et de connaître les principaux dispositifs fiscaux propres à la Culture.

Mode de contrôle des connaissances :

Cas pratique

Coefficient : 2

Bibliographie, lectures recommandées :

- Bulletin officiel des finances publiques https://bofip.impots.gouv.fr/plan-de-classement

- Mémento Fiscal éditions Francis Lefebvre

- Mémento Associations, fondations, congrégations et fonds de dotation éditions Francis Lefebvre

---

Management de la Culture et développement durable

ECTS : 3

Enseignants : MARIE **BALLARINI**, STEPHANE **DEBENEDETTI**
https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/ballarini-marie
https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/debenedetti-stephane

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Ce cours de 24h est constitué de deux parties.

La première partie (Stéphane Debenedetti, 6h) est une introduction générale au master et au management des organisations culturelles. Il s'agit de s'interroger sur les représentations courantes du management des arts, sur sa critique, puis de revenir sur les trois concepts fondamentaux du master, en les contextualisant : management, organisation, culture.

La deuxième (Marie Ballarini, 18h) a vocation à transmettre les enjeux d'un management durable du secteur culturel, en insistant sur trois dimensions que sont la transition écologique, la diversité et l'inclusion. Ce cours apportera les clés de lecture et le regard de professionnel.le.s engagé.e.s sur ces questions. Le cours se construit autour de trois thématiques : l'écologie et la mise en place de politique en faveur d'un développement durable, l'inclusion et la participation de toutes les franges de la population au sein des institutions culturelles et enfin la place des femmes et personnes LGBTQ+ et les questions de féminisme. Ce cours sera l'occasion de présentations théoriques et d'interventions de professionnels spécialisés sur un large panel de questions et de secteurs.

Ce cours demande une connaissance établie des grandes notions du développement durable dans les organisations. A ce titre, les étudiants n'ayant pas déjà complété le SPOC développement durable de Dauphine sont invités à le faire pour se mettre à niveau. L'ensemble des étudiants sont inscrits sur moodle et doivent a minima suivre (avant le premier cours idéalement) :

- Fondamental : Enjeux énergétiques et climatiques du développement durable

- Fondamental : RSE

- Thématique : Stratégie

Une première séance sera l'occasion de poser les bases théoriques de ces problématiques et l'occasion pour les étudiant.e.s de remettre en question leurs propres acquis. Trois séances seront consacrées à la présentation par des professionnel.le.s de la façon dont leur institution ou leur organisation met en place au quotidien des politiques concrètes et leurs limites. Les deux dernières séances seront dédiées à une journée de workshop de design thinking durant laquelle les étudiants seront amenés à réfléchir et trouver des solutions à des problématiques réelles proposées par des institutions partenaires. A l'issue de la journée, les étudiants produiront un prototype ainsi qu'un document récapitulatif qui sera confié aux partenaires.

Compétences à acquérir :

- Identifier le territoire du "management des organisations culturelles"

- Comprendre les critiques faites au management des organisations culturelles

- Comprendre les enjeux climatiques et sociaux de la crise environnementale

- Comprendre le contexte du développement durable

- Comprendre le contexte de ces notions dans le secteur culturel

- Acquérir les notions de gestion durable et les outils qui l'accompagnent

- Comprendre les enjeux de la diversité (d'origine, de classe sociale, de représentation)

- Être capable de mettre au point une politique de diversification tant des équipes internes que des publics des infrastructures

- Comprendre les enjeux de la place des femmes dans la société et la culture en particulier

- Identifier les inégalités et les leviers de promotion des femmes, non binaires et membres de la communauté LGBTQ+ dans ces secteurs

Mode de contrôle des connaissances :

- Présentation écrite d'une étude de cas de la politique de développement durable d'une institution choisie par chaque groupe d'étudiants (3 par groupes)

- Présentation orale et écrite de la proposition prototypale réalisée pendant le workshop de design thinking

Coefficient : 2

Bibliographie, lectures recommandées :

- Becker, H.S. Les Mondes de l'art. Paris, Flammarion, 1988.

- Caves, R. Creative industries: Contracts between art and commerce. Harvard University Press, 2002.

- Chiapello Eve, Artistes vs. managers. Le management culturel face à la critique artiste, Métaillé, 1998.

- Delaporte, Chloé, Flores Espinola, Artemisa, Guittet, Emmanuelle, et al. Pour une approche intersectionnelle en sociologie des arts et de la culture. Biens Symboliques/Symbolic Goods. Revue de sciences sociales sur les arts, la culture et les idées, 2022, no 10.

- Jacquemart, Alban, Charpenel, Marion, Demonteil, Marion, et al. Le genre des carrières. Inégalités dans l'administration culturelle. Presses de Science Po / DEPS, 2022.

- Menger, P.M. Portrait de l'artiste en travailleur. Métamorphoses du capitalisme, Paris, Seuil, 2002.

- Octobre, Sylvie, et Frédérique Patureau. Normes de genre dans les institutions culturelles. Ministère de la Culture - DEPS, 2018

- Shift projet : https://theshiftproject.org/plan-de-transformation-de-leconomie-francaise-focus-sur-la-culture/

Droit du patrimoine et de la création

ECTS : 3

Enseignant responsable : MARIE-AMELIE **CONTE-BOURGES**

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

La première partie du cours (Marie-Amélie Conte-Bourges, musée d'Orsay) traite du droit du patrimoine culturel. Un cours introductif présentera l'édification du droit du patrimoine culturel en dégageant les grands mécanismes à l'œuvre dans ses différentes législations fonctionnelles. Seront abordés la protection des biens mobiliers au titre des monuments historiques, le droit de l'archéologie, des bibliothèques et des archives, le statut des collections muséales et les règles de circulation des biens culturels.

La seconde partie du cours (Pascale Suissa Elbaz, Ministère de la Culture) traite du cadre de l'action publique au soutien à la création artistique. Ce cours présente une approche juridique et opérationnelle des grandes politiques publiques mises en œuvre dans les domaines du spectacle vivant et des arts visuels. Seront notamment abordés la liberté de création, les droits culturels, le partenariat avec les collectivités territoriales, les labels de la création artistique, la commande publique, le 1% artistique, l'enseignement artistique et l'éducation artistique et culturelle.

Compétences à acquérir :

Acquérir les fondamentaux théoriques et pratiques du droit appliqué au patrimoine et à la création artistique.

Mode de contrôle des connaissances :

Dossier à rendre.

Coefficient : 2

Bibliographie, lectures recommandées :

- Babelon Jean-Pierre et Chastel André, La notion de patrimoine, Paris, Editions L. Levi, 2004, 160 p.

- BARNAVI É., SAINT PULGENT M. (de) (dir), Cinquante ans après, culture, politique et politiques culturelles, Paris : La documentation Française, Collection du Comité d'histoire du Ministère de la Culture et de la Communication, Paris : 2010, 286 p.

- BODIGUEL J.-L., L'implantation du Ministère de la Culture en région, naissance et développement des directions régionales des affaires culturelles, Paris : La documentation Française, Comité d'histoire du ministère de la culture, 2000, 373 p.

- Chatelain Françoise, Taugourdeau Pierre, Œuvres d'art et objets de collection en droit français, Paris, Lexis Nexis, 2011, 218 p.

- Cornu Marie, Mallet-Poujol Nathalie, Droit, œuvres d'art et musées : protection et valorisation des collections, Paris, CNRS Editions, 2006, 601 p.

- Cornu Marie, Fromageau Jérôme, Wallaert Catherine (dir.), Dictionnaire comparé du droit du patrimoine culturel, Paris, CNRS Éditions, 2012, 1023 p.

- Doubovetzky Christophe, L'essentiel du droit de la culture, Paris, Gualino, 2020, 152p.

- Labourdette Marie-Christine, Les musées de France, Paris, Ed. Que sais-je ?, PUF, 2015, 128p.

- SAINT PULGENT M. (de), Lang, Jack, Batailles pour la culture, 10 ans de politiques culturelles, Paris : La documentation Française, Comité du comité d'histoire du ministère de la Culture et de la Communication, 2013, 253 p.

- VOIZARD Karl- Henri, Le droit de la culture. Connaissance du droit - Dalloz, 2022 138 p.

Droit des contrats dans la culture

ECTS : 3

Enseignant responsable : ANTOINE **CASANOVA** (https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/casanova-antoine)

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Le cours se structure en 2 phases :

- 1ère phase : revue et acquisition des principes fondamentaux du droit français des contrats, de la propriété intellectuelle et de la communication électronique
- 2ème phase : Analyse détaillée des principaux contrats et mécanisme du droit de la propriété intellectuelle (contrat d'édition, pacte de préférence, contrat d'artiste-interprète, contrat de licence, contrat d'exposition…). L'analyse se fait au travers d'exemples contractuels issus des différentes affaires suivies par l'enseignant au cours de son expérience professionnelle.

Compétences à acquérir :

L'objectif du cours est de permettre aux étudiant d'acquérir la méthode et les réflexes nécessaires à l'analyse juridique et pratique des principaux contrats de propriété intellectuelle rencontrés usuellement par les professionnels du secteur de la culture.

Mode de contrôle des connaissances :

Examen avec exercice de connaissance et exercice pratique (cas pratique).

Coefficient : 2

Bibliographie, lectures recommandées :

Bibliographie indicative :

- Droit de la musique par Jérôme Huet, LGDJ
- Blog spécialisé en droit de la musique :http://musicalitis.com/
- Guide pratique des droits et statuts des artistes plasticiens par Ryane Meralli, Les Editions du Net

---

Droit du travail et ressources humaines dans la culture

ECTS : 3

Enseignants : LAMIEL **BARRET KRIEGEL**, CAROLE **LE RENDU-LIZEE**

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Le cours est constitué de deux parties.

La **première partie** (Lamiel Barret-Kriegel) concerne le droit du travail dans la culture, et se compose de 5 séances.

Séance 1 : La nature de la relation de travail

- Histoire du droit du travail la conclusion du contrat de travail (critères, règles spécifiques au contrat de travail à durée déterminée, règles propres au spectacle vivant)

Séance 2 : L'exécution du contrat de travail

- La protection des droits fondamentaux (Liberté religieuse, vie privée) les clauses du contrat de travail le temps de travail (durée, organisation, aménagement) application particulière au spectacle vivant

Séance 3 : La rupture du contrat de travail

- Rupture à l'initiative du salarié rupture à l'initiative de l'employeur (licenciement pour motif personnel, pour motif économique, rupture négociée, mise en place du Comité économique et social)

Séance 4 : Droits d'auteur – gestion et obligation

- Les droits d'auteur cession de droits - rémunération société de gestion collective étude de contrat spécifique aux spectacles vivant étude de cas pratique

Séance 5 : Examen

- Six questions de cours de deux points chacune + un cas pratique de huit points

* * *

La **seconde partie** du cours (Carole le Rendu) est une introduction aux différents enjeux auxquels doit répondre l'élaboration d'une politique de gestion des ressources humaines dans une organisation culturelle. Composé de quatre séances (12h), ce cours permettra également d'identifier les principales composantes d'une stratégie de gestion des ressources humaines. Il abordera les éléments de contexte à prendre en compte dans la définition de cette stratégie et les évolutions règlementaires et sociétales qui influencent sa mise en œuvre.

- Quelle politique RH pour des métiers « passion » ?

- Évolutions des attentes envers le travail : l'équilibre vie privé/vie professionnelle, l'impact du télétravail, les diverses formes d'engagement, l'essor de l'entrepreneuriat culturel….

- La prise en compte de problématiques « cadres » : égalité femmes/hommes, prévention des RPS, santé-sécurité au travail…

- Que comporte une politique RH, quels leviers dans quel contexte (public/privé, associatif/société…)

- Comment attirer, développer, maintenir les compétences dans une organisation culturelle, et dans un contexte de « crise des vocations » ?

Compétences à acquérir :

Mode de contrôle des connaissances :

Cas et examen.

Coefficient : 2

Bibliographie, lectures recommandées :

Bibliographie (partie 1) :

- Droit du travail, 2023, Cyril Wolmark – Elsa Peskine – Editions Dalloz

- Contrats de l'audiovisuel, 2017, Benjamin Montels – Editions Lexis Nexis

- Le droit d'auteur et les droits voisins, André BERTRAND – Masson Paris

Bibliographie (partie 2) :

- Alter N., (2002/2), « Théorie du don et sociologie du monde du travail », Revue du MAUSS, éditions la Découverte, N°20, p 263-285

- Cadin L., Guérin F. (2015), Gestion des Ressources Humaines, éditions les Topos, Dunod

- Hély M. (2009), Les métamorphoses du monde associatif, Paris, PUF

- Lépineux F., Rosé J.J., Bonanni C., Hudson S. (2010), La RSE, Dunod

- Menger P.M., (2002), Portrait de l'artiste en travailleur, Seuil

- Sagot-Duvauroux D. (2008), « Mutations des filières culturelles, recomposition des modèles économiques et rémunération de la création artistique », in Labadie F., Rouet F. (dir), (2008), Travail artistique et économie de la création, éditions Documentation Française, p 39-54

- Ughetto P, Combes M.C. (2010), Entre les valeurs associatives et la professionnalisation : le travail, un chaînon manquant, Socio-logos, Revue de l'Association Française de Sociologie, 5/2010

Marketing des organisations culturelles

ECTS : 3

Enseignant responsable : STEPHANE **DEBENEDETTI** (https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/debenedetti-stephane)

Langue du cours : Français

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.

Compétences à acquérir :

Les spécificités du marketing en contexte artistique et culturel

Les limites et critiques du marketing des organisations culturelles

La logique stratégique du marketing

Les outils de la mise en œuvre de la stratégie marketing

Mode de contrôle des connaissances :

Exposé et dossier à rendre.

Coefficient : 2

Bibliographie, lectures recommandées :

Bourgeon-Renault D., Debenedetti S., Gombault A. et Petr C. (2024), Marketing des arts et de la culture : spectacles vivants, patrimoine et industries culturelles. 3ème édition, Dunod.

Principes fondamentaux en comptabilité et gestion financière

ECTS : 6

Enseignants : LEONARD **GOURBIER**, CELINE-MARIE **MICHAILESCO**, ELISABETH **THUELIN**
https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/gourbier-leonard

https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/michailesco-celine
https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/thuelin-elisabeth

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Partie I : Comptabilité

1. Les états fiannciers des organisations culturelles à but lucratif
2. Le résultat de l'exercice
3. Les états financiers des organisations culturelles à but non lucratif

Partie II : Pilotage de la performance financière

1. Élaboration du budget de l'organisation
2. Analyse financière de l'organisation
3. Introduction aux finances publiques

Compétences à acquérir :

A l'issue de la session de formation, les participants seront en mesure :

- de maîtriser le vocabulaire comptable et de lire les états financiers (bilan, compte de résultat, annexes) d'une organisation culturelle
- de connaître le cadre légal et règlementaire s'appliquant à l'organisation culturelle pour laquelle il faut établir des états financiers
- de comprendre le processus comptable
- de comprendre et analyser les enjeux de la représentation comptable (en particulier pour les organisations du secteur culturel) et de l'évaluation des actifs afin d'élaborer une politique comptable
- de construire méthodiquement un budget en tenant compte de l'ensemble des enjeux opérationnels et financiers
- de prévoir et d'analyser la performance financière d'une organisation culturelle
- d'adapter vos pratiques de pilotage financier aux organisations culturelles publiques

Mode de contrôle des connaissances :

Examen final sur table

Coefficient : 2

Bibliographie, lectures recommandées :

COLASSE B. (2012), Les fondements de la comptabilité, 2nde édition, La Découverte, coll. Repères, n°485.

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

COLLAIN B., DEJEAN F. & LE THEULE M.-A. (2021), Mini Manuel de Comptabilité générale, 4ème éd., Dunod.

Bouquin, H. (1992). La maîtrise des budgets dans l'entreprise. Edicef.

Berland, N. (2009). Contrôle budgétaire.

SEMESTRE 4

Obligatoire

Mémoire

ECTS : 3

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Tout au long de l'année, chaque étudiant.e réalise, sous la supervision d'une directrice ou un directeur, un mémoire sur un sujet choisi en fonction de ses centres d'intérêts personnels et professionnels. Le contenu et la forme du mémoire répondent aux normes du mémoire de recherche en sciences sociales rappelées en cours.

Compétences à acquérir :

Faire une revue de la littérature académique et professionnelle.

Problématiser son sujet.

Élaborer une méthodologie d'enquête sur le terrain.

Analyser les résultats.

En tirer des implications théoriques et pratiques.

Rédiger un document dense, clair, structuré, critique et respectant des règles éthiques.

Mode de contrôle des connaissances :

Le mémoire (en tant que processus et résultat) donne lieu à une évaluation.

Coefficient : 2

Stage

ECTS : 3

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Chaque étudiant doit accomplir un stage d'une durée minimale de trois mois à temps plein, dans une organisation publique ou privée du champ culturel. Le stage peut être réalisé à l'international.

Compétences à acquérir :

Cette immersion en contexte professionnel doit permettre à l'étudiant de mettre en application les enseignements du master et acquérir une connaissance concrète des organisations culturelles.

Mode de contrôle des connaissances :

Rapport de stage

Gestion des productions culturelles

ECTS : 3

Enseignants : EIMELIA **BAGAYOKO**, PIERRE **BROUCHOUD**, MARTIN **LAURENT**

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Alice Nissim, déléguée générale du festival Ravel, proposera un cas de production pluridisciplinaire qui mobilise un orchestre symphonique. La conception du projet, la recherche des compétences à mobiliser, l'élaboration des contrats, la prévision budgétaire ainsi que la planification seront confiées aux étudiants pour un travail concret et en groupe sur trois séances.

Eïmelia Bagayoko, coordinatrice des expositions du musée du Jeu de Paume, proposera un cas de gestion de production d'une exposition. Les étudiants devront identifier les compétences et les interlocuteurs, les ressources et les procédures administratives et budgétaires à mettre en œuvre pour la concrétisation d'un projet d'exposition dans un contexte prédéfini. Après une évaluation de sa faisabilité, ils proposeront les arbitrages nécessaires à sa mise en œuvre.

Emilie Djiane, productrice (Have a nice day films), proposera un cas de production d'une série animée. Les étudiants seront amenés à se pencher sur l'établissement d'un planning gestionnaire et financier qui permettra d'accompagner l'ensemble du processus de création de fabrication de la série, et de voir comment les contraintes financières vont influer sur le processus de fabrication, et comment la fabrication va dicter ses besoins en terme de trésorerie.

Compétences à acquérir :

L'enseignement vise à présenter les compétences à acquérir pour la gestion de production dans trois secteurs culturels : le spectacle vivant, l'exposition et l'audiovisuel.

Mode de contrôle des connaissances :

La promotion sera divisée en cinq groupes qui resteront les mêmes pour l'ensemble des cas pratiques. L'évaluation se fera par groupe selon la grille de critères suivants :

- La qualité des recherches

- La participation

- La compréhension générale des processus

- La méthodologie

- La qualité technique des documents rendus

Coefficient : 3

Bibliographie, lectures recommandées :

Cité des Sciences et de l'Industrie, Guide d'éco-conception des expositions : https://www.universcience.fr/fileadmin/fileadmin_Universcience/fichiers/developpement-durable/_documents/guide_eco_conceptFR.pdf

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

Patrimoine, musée et marché de l'art

ECTS : 3

Enseignants : MARIE **BALLARINI**, JULIETTE **CHAZELLE**
https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/ballarini-marie

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

La première partie du cours est consacrée au patrimoine, aux musées et au tourisme culturel. Les secteurs muséaux et patrimoniaux sont en perpétuelle évolution, la situation économique et la crise sanitaire ont accéléré certaines transformations et ont changé un grand nombre de pratiques, tant du côté de l'institution que de celui des publics. Après avoir questionné la notion de patrimoine et de musée historiquement et conceptuellement, ce cours a pour objectif de présenter les enjeux contemporains des institutions de ces secteurs, enjeux économiques bien sûr, mais aussi liés à la numérisation (tant des collections que des interactions avec les publics) ou à l'impact écologique du tourisme. Les étudiants seront amenés à appréhender ces enjeux, qui peuvent être contradictoires, et à en mesurer l'importance dans une stratégie et une politique patrimoniales.

La seconde partie du cours est dédiée au marché de l'art. Il s'agira de comprendre la physionomie et les mécanismes du marché de l'art en abordant ses points essentiels. Les étudiants découvriront la réalité d'un marché dont l'existence est le fruit d'une construction économique et sociale originale. L'art est un bien ambivalent, de nature à la fois économique et culturelle. La communication du marché de l'art est le jeu de stratégies de la part de ses acteurs qui gênent la compréhension de son fonctionnement. Ce cours donne les clés de compréhension de ce marché relativement opaque en présentant ses différentes facettes :

· son histoire,

· sa physionomie (taille, géographie, segmentation…),

· ses évolutions,

· ses principaux acteurs et leurs stratégies (galeries, maisons de ventes aux enchères, places de marché, experts, conservateurs etc.),

· ses enjeux contemporains (par exemple : la vente d'art numérique, le développement durable, la traçabilité des œuvres et transactions, l'avènement de l'IA générative…)

· sa réglementation et les mécanismes qui régissent les transactions et la fixation des prix

Compétences à acquérir :

- Comprendre les origines de la notion de patrimoine et la naissance des musées, et leur impact sur le fonctionnement du secteur aujourd'hui

- Comprendre les évolutions des modèles de financement du patrimoine (mécénat, philanthropie, développement des ressources propres, création d'antennes, développement d'une marque)

- Analyser les enjeux de la fréquentation et de la stratégie de développement des publics

- Comprendre l'importance du tourisme sur le secteur et l'économie en général

- Comprendre l'impact du numérique sur ces secteurs tant in situ que dans les stratégies de développement de contenu et le rapport aux publics

- Comprendre l'écosystème et les mécanismes du marché de l'art

Mode de contrôle des connaissances :

Dossier à rendre

Coefficient : 2

Bibliographie, lectures recommandées :

- ART BASEL & UBS, Arts economics (Dr. Clare McAndrew), The Art Market Report 2024

- Ballarini, Marie. Bibliographie commentée DISPOSITIFS IMMERSIFS https://drive.google.com/file/d/1Ccan5_7V_9coyhO4p_3S-dS_dYNBDmmz/view

- Baujard, Corinne. « Numérisation du patrimoine culturel et stratégie managériale des musées », Management des technologies organisationnelles, vol. 7, no. 2, 2017, pp. 69-78.

- Becker H. S. (1982) Les mondes de l'art réédité depuis 2006 dans la collection Champs Flammarion

- Cameron, Sylvie et Tobelem, Jean-Michel (dir.), 2013, Art et gestion de l'art. Leadership et institutions culturelles, éditions Liber, Montréal.

- Colbert, François & Martin, Dan J. (ed.), 2008, Marketing Planning for Culture and the Arts, HEC Montreal.

- Conseil des Maisons de Ventes, Les nouvelles tendances du marché de l'art, Les ventes aux enchères en France et à l'international en 2023, Beaux-Arts Editions.

- Gombrich Ernst H. (1950) Histoire de l'art réédité chez Phaïdon

- Kotler, Neil et Kotler, Philip, 1998, Museum Strategy and Marketing, Designing Missions, Building Audiences, Generating Revenue and Resources, Jossey-Bass Publishers, San Francisco.

- Millet Catherine (2021), L'art contemporain, collection Champs Flammarion

- Moulin Raymonde (2009), L'artiste, l'institution et le marché, collection Champs, Flammarion

- Moureau N. et Sagot-Duvauroux D. (2006), Le marché de l'art contemporain, Edition La découverte.

- Poulot, Dominique. Une histoire du patrimoine en Occident (XVIIIe-XXIe siècle): du monument aux valeurs. Presses universitaires de France, 2015.

- Quemin Alain (2021), Le monde des galeries, CNRS Editions

- Schmitt J.M. (2008), Le marché de l'art, La Documentation française.

- Tobelem, Jean-Michel, 2017, La gestion des institutions culturelles. Musées, patrimoine, centres d'art, Armand Colin, Paris.

Spectacles vivants

ECTS : 3

Enseignant responsable : VICTOR **ROUSSEL**

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

La première partie du cours a pour objectif de suivre la création d'un spectacle, d'en parcourir les principales étapes ainsi que les compétences et les outils à mobiliser. Après une rapide cartographie du secteur du théâtre public, nous verrons les obligations légales d'une jeune compagnie, puis nous élaborerons un dossier artistique, un budget de production et de cession, une stratégie de recherche de financements et de diffusion, en tâchant toujours d'interroger les dimensions artistiques, politiques et économiques de ces outils. Plusieurs professionnels seront invités afin d'élargir les réflexions.

La seconde partie du cours s'articule autour d'une présentation du live dans les musiques actuelles et d'un cas illustrant la production d'un concert ou d'une tournée. L'objectif sera de souligner les particularités de ce secteur du spectacle vivant. La mise en place du budget d'un concert ou de la stratégie d'une tournée permettra ensuite de montrer les écueils actuels rencontrés par les équipes de production lors de la rédaction d'un contrat de cession / co réalisation, de la recherche de financements, de l'embauche d'artistes et de techniciens.

Compétences à acquérir :

- Connaissance des principaux acteurs du secteur du spectacle vivant

- Compréhension des différentes relations contractuelles possibles entre ces acteurs

- Capacité à construire les bases d'un budget de production de spectacle, concert ou tournée

- Connaissance des principaux cadres juridiques et logiques de diffusion

- Capacité à envisager une stratégie de tournée en France / à l'international.

Mode de contrôle des connaissances :

Dossier et cas.

Coefficient : 2

Pouvoirs publics et politique culturelle

ECTS : 3

Enseignant responsable : BENOIT **PAUMIER**

Langue du cours : Français

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 établissements publics. Déconcentration et décentralisation.

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

- L'Europe de la culture, des industries culturelles et des médias.

- L'action culturelle extérieure de la France : les opérateurs de l'action culturelle internationale, le réseau culturel français à l'étranger.

Compétences à acquérir :

- Apporter un cadre méthodologique et des connaissances de base concernant les politiques culturelles en France.

- Comprendre et analyser les enjeux, les stratégies aux niveaux international, européen, national et territorial.

- Connaître les acteurs publics et les dispositifs de soutien aux artistes et professionnels de la culture

Coefficient : 2

Bibliographie, lectures recommandées :

- Re/Penser les politiques en faveur de la créativité – La culture, un bien public mondial UNESCO 2022

- Bruno Nassim Aboudrar, François Mairesse, Laurent Martin, Géopolitiques de la culture : l'artiste, le diplomate et l'entrepreneur, 2021

- Edwige Millery, Jean-Cédric Delvainquière, Ludovic Bourles, Sébastien Picard : Atlas Culture : dynamiques et disparités territoriales culturelles en France, 2021

- Antoine Karam, Sonia de la Provote, rapport au Sénat sur les nouveaux territoires de la culture 2019.

- Jean-Cédric Delvainquière, François Tugores, Dépenses culturelles des collectivités territoriales en 2014, Ministère de la Culture – Département des études, de la prospective et des statistiques (DEPS), 2017.

- Alain Lombard, Le ministère de la culture, Que sais-je ?, 2020.

- Alain Lombard, Diplomatie culturelle, Que sais-je ?, 2022.

- Françoise Taliano des Garets, Un siècle d'histoire culturelle en France, de 1914 à nos jours, 2019.

- Jérôme Itty, Serge Kancel, Morgane Weill, L'apport de la culture à l'économie en France, Inspection générale des finances – Inspection générale des affaires culturelles 2013.

- Effort financier de l'Etat dans le domaine de la culture et de la communication -Annexe au Projet de loi de finances pour 2023.

- The Culture EU Funding guide 2021-27 2021.

Les publics de la culture

ECTS : 3

Enseignant responsable : STEPHANE **DEBENEDETTI** (https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/debenedetti-stephane)

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

La notion de "public" dans la culture, et les grandes approches en sociologie de la culture et comportement de consommation culturelle.

Les enquêtes sur les pratiques culturelles et les "études de public"

Politique des publics : démocratisation culturelle, démocratie culturelle, droits culturels. La médiation culturelle.

Nouvelles tendances, nouvelles problématiques autour des publics : participation, pro-am, numérique, écologie, économie de l'attention...

Compétences à acquérir :

Analyser la notion de public dans le champ culturel

Identifier les enjeux sociaux, politiques, managériaux liés aux publics

Décrypter les pratiques culturelles et leurs facteurs d'évolution

Réaliser une étude des publics

Mode de contrôle des connaissances :

Contrôle continu et examen final

Coefficient : 2

Bibliographie, lectures recommandées :

Ouvrages et chapitres :

Coulangeon, P. (2010). Sociologie des pratiques culturelles, Repères-La Découverte.

Esquenazi, JP (2009). Sociologie des publics, Repères-La Découverte.

Fleury, L. (2016). Sociologie de la culture et des pratiques culturelles, Armand Colin.

Lombardo, P. et Wolff, L. (2020). Cinquante ans de pratiques culturelles en France. Culture études, 2(2), 1-92.

Petr, C. (2024). Faire une étude de public. Marketing de l'Art et de la Culture, chap. 4, Dunod, p. 155-192.

Revues :

Biens symboliques / Symbolic goods

Culture & musée

Cultural Sociology

Cultural Trends

New Media & Society

L'Observatoire-La revue des politiques culturelles

Participations

Poetics

Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics.https://publictionnaire.huma-num.fr/

Actualités culturelles

ECTS : 3

Enseignant responsable : STEPHANE **DEBENEDETTI** (https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/debenedetti-stephane)

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Le cours d'Actualités Culturelles est consacré à des sorties, visites, conférences et tables rondes. Ces heures seront l'occasion de rencontrer des spécialistes, des acteurs du champ des arts et de la culture, de visiter des lieux culturels, etc.

Compétences à acquérir :

Connaître les enjeux actuels des secteurs culturels

Rencontrer des acteurs culturels dans leur cadre professionnel

Visiter des lieux et organisations culturels

Se construire un réseau dans la culture pour préparer son insertion professionnelle

Mode de contrôle des connaissances :

L'UE d'Actualité est validée (sans note) à deux conditions :

- Assiduité

- Rédaction en groupe de la synthèse d'une des séances d'Actualité, qui sera mise à disposition de l'ensemble de la promotion.

Transformations numériques dans la culture

ECTS : 3

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

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Au cours des 30 dernières années, les technologies de l'information et la communication ont contribué à transformer de nombreuses industries et pratiques sociales, au premier rang desquelles les industries culturelles. Le cours propose une analyse de ce que l'on nomme communément « la transformation numérique ». Il fournit des outils et des méthodes permettant d'analyser les transformations numériques dans le champ culturel.

Le cours se décompose en cinq séances :

S1 : Qu'est-ce que la transformation numérique ? Mise en réseau et mise en données du monde ICC, économie du prototype & économie numérique

S2 : Les reconfigurations des chaînes de valeur des ICC. De l'entreprise à la plateforme

S3 : Médiation numérique et industries de l'image. Télévision, cinéma, vidéo, jeu-vidéo

S4 : Expériences, socialisation, immersion. Création et consommation culturelle à l'ère numérique

S5 : Intelligence artificielle & création. Nouvelle phase de reconfiguration des industries créatives

Compétences à acquérir :

Au terme de l'enseignement, l'étudiant devrait être en mesure d'avoir des connaissances qui lui permettront de :

- Analyser les effets de la numérisation sur un marché ainsi que les problématiques liées aux modifications de l'environnement concurrentiel des entreprises liées à la plateformisation
- Comprendre les choix stratégiques mis en œuvre par les plateformes et les différents modèles de plateforme
- Formuler des recommandations stratégiques aux acteurs du champ culturel intégrant les enjeux numériques

Mode de contrôle des connaissances :

Production d'articles sur différentes thématiques, en travail de groupe

Coefficient : 2

Bibliographie, lectures recommandées :

Aral S., (2020), The Hype Machine. How social media disrupts our Elections, Our economy and our Health- and How we must Adapt, Harper Colins, 390p.

Ball M., (2022), The Metaverse. And How It will revolutionize Everything, 336 p., Liveright Publishing corporation.

Bergen M., (2022), Like, Comment, Subscribe. Inside YouTube's Chaotic Rise to World Domination, 452 p., Penguin.

Brynjolfsson E., McAfee A., (2012), « Race Against the Machine: How the Digital Revolution is Accelerating Innovation, Driving Productivity, and Irreversibly », Digital Frontier Press, 100 p.

Cusunamo A., Gawer A., Yoffie B.D., (2019), The Business of Platforms: Strategy in the Age of Digital Competition, Innovation, and Power, Harvard Business Press, 320 p

Easley D., Kleinberg J., (2010), Networks, crowds, markets, Cambridge University Press, 819 p.

Evans D.S., Schmalensee R., (2016), Matchmakers. The New Economics of Multisided Platforms, Harvard Business Press, pp. 22-27

Frenkel S., Kang C., (2021), An ugly thruth. Inside Facebook's Battle for Domination, The Bridge Street Press, 400 p.

Isaac H., (2021), Les business models de plateformes, Vuibert, 272 p.

Isaac H., (2017), « E-commerce. De la stratégie à la mise en œuvre opérationnelle », 4éme édition, Pearson Education.

Parker G., Van Alstyne M., Choudary S., (2016), Platform Revolution, 335 p., W.W. Norton company.

Shirky C., (2008), "Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations", Penguin Press, 336 p.

Stokel-Walker C., (2019), YouTubers: How YouTube shook up TV and created a new generation of stars, Canbury Press, 352 p.

Sundararajan A., (2017), The Sharing Economy: The End of Employment and the Rise of Crowd-Based Capitalism, MIT Press, 256 p.

Tapscott D., Williams A.D., (2007), "Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything", Portfolio, 324 p.

Yilun Chen L., (2022), The story of Tencent & China's tech ambition, Hodder & Stoughton, 292 p.

Industries culturelles: audiovisuel, musique et édition

ECTS : 3

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

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Le cours explore les modes de fonctionnement et enjeux actuels des principales industries culturelles.

Emilie Djiane (productrice, Have a nice day films) propose aux étudiants une approche théorique et pratique du secteur de l'audiovisuel français afin d'en saisir les grands enjeux de manière organique. Ce secteur étant en constante évolution en fonction des avancées politiques, technologiques et économiques, un temps d'actualité est posé à chaque séance. Les deux premières séances sont consacrées à aborder les définitions économiques, les fondations historiques et le fonctionnement financier de l'industrie audiovisuelle. Les trois séances suivantes abordent concrètement les métiers et étapes de la production, la diffusion et l'exploitation d'une œuvre audiovisuelle.

La deuxième partie du cours, avec Albéric Tellier (professeur, Université Paris Dauphine PSL), aborde l'industrie musicale et ses transformations. L'objectif de cette partie de l'UE est double. Il s'agit tout d'abord de montrer en quoi l'adoption massive des technologies numériques a bouleversé les acteurs installés de l'industrie, favorisé l'arrivée de nouveaux entrants et de nouveaux modèles d'affaires, et autorisé de nouvelles méthodes de conception et de diffusion des œuvres. Ensuite, l'accent est mis sur les transformations les plus récentes de cette industrie : les impacts de l'IA, de la blockchain, des plateformes, et du métavers sur les manières de concevoir, produire et écouter de la musique sont ainsi abordés.

Enfin, dans la troisième partie du cours, Sidonie Mézaize (directrice d'OPlibris, présidente de l'Association pour l'Ecologie du Livre) analyse les enjeux de l'industrie de livre dans un contexte de concentration et d´inflation. Plateformes, mutualisation des pratiques et des outils, autoédition, autodiffusion, etc. : quels sont les nouveaux modèles ? Quel avenir pour la filière du livre ? A travers plusieurs cas concrets, ce cours a pour objectif de dresser un état des lieux du monde du livre et dessiner les perspectives, intégrant les enjeux écologiques.

Compétences à acquérir :

- Comprendre 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.

- Cerner les évolutions de l’industrie de la musique enregistrée

- Comprendre les enjeux actuels de l’industrie musicale

- Envisager les facteurs clés de succès des projets musicaux

- Comprendre les enjeux contemporains de l’industrie du livre

- Cerner les nouveaux modèles économiques propres à la filière livre.

Mode de contrôle des connaissances :

Examen sur table.

Coefficient : 3

Bibliographie, lectures recommandées :

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

- 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.

- Hawthorne Susan, Bibliodiversité : Manifeste pour une édition indépendante, ed. Charles-Léopold Meyer, 2014

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

- Lefort-Favreau Julien, Le Luxe de l’indépendance, ed. Lux, 2021

- Le Livre est-il écologique ?, ouvrage collectif, ed. Wildproject, 2020

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

- Mollier Jean-Yves, Brève histoire de la concentration dans le monde du livre, ed. Libertalia, 2022

- Ruiz E., Tellier A. et Pénin J. (2021), « Comprendre les transformations de l’industrie musicale : une approche par le modèle d’affaires », Revue Française de Gestion, Vol. 47, n°294, p.79-97.

- Sarazin B., Cohendet P. et Simon L. (Dir.), Les communautés d’innovation. De la liberté créatrice à l’innovation organisée, EMS.

- Seabrook J. (2016), Hits ! Enquête sur la fabrique des tubes planétaires, Editions La Découverte / Cité de la musique – Philharmonie de Paris.

- Schiffrin André, L’Edition sans éditeur, ed. La Fabrique,

- Tellier A. (2017), Bonnes vibrations. Quand les disques mythiques nous éclairent sur les défis de l’innovation, EMS.

- Tellier A. (2020), Nouvelles vibrations. S’inspirer des stars du rock, de la pop et du hip-hop pour innover, EMS.

- Tellier A. (2021), « L’adoption de l’open innovation dans l’industrie musicale : une analyse des collectifs d'acteurs dans le rap américain », Revue Française de Gestion, Vol. 47, n°296, p. 85-106.
