***Sommaire***

**S4TRA501 :** ENVIRONNEMENT DE LA CULTURE 2

**S4TRA502 :** LES OUTILS DU MANAGEMENT ARTISTIQUE ET CULTUREL 5

**S4TRA503 :** L'OFFRE CULTURELLE I : SPECTACLE VIVANT, MUSEES ET PATRIMOINE, MARCHE DE L'ART 9

**S4TRA504 :** L'OFFRE CULTURELLE II : INDUSTRIES CULTURELLES ET ENJEUX DU NUMERIQUE 12

**S4TRA505 :** CULTURE ET TERRITOIRE : COMMENT CONCILIER ART ET ECONOMIE ? 15

**S4TRA506 :** ART ET CULTURE A L'INTERNATIONAL 18

**S4TRA507 :** GESTION DE PROJET APPLIQUEE 22

# **S4TRA501 :** ENVIRONNEMENT DE LA CULTURE

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Responsable du Cours :** | Martha ABAD GREBERT | | | |
| **Enseignant(s) :** | Philippe AUDUBERT  Carole Lerendu  Nicolas MINVIELLE  Laurent NOEL  Martial POIRSON | | | |
| **Description du Cours :** | Pendant les cours de ce module les élèves vont apprendre la sociologie de la culture, ils vont comprendre les problématiques artistiques. Aussi ils pourront acquérir de connaissances du droit de la propriété intellectuelle et artistique, ainsi que le cadre légal dans le "spectacle vivant", et la subtilité de l'emploi dans le secteur culturel. | | | |
| **Objectif du cours :** | Les cours doivent permettre d’acquérir une connaissance profonde et complète du contexte, de l'ensemble des éléments constituant le cadre de la culture. | | | |
| **Compétences visées par les cours :** | **LO02 - ANALYSER :** Comprendre l'entreprise et son environnement complexe  **LO04 - ANALYSER :** Comprendre et maîtriser les outils d'aide à la décision  **LO09 - ANTICIPER :** Prévoir les conséquences économiques, sociales et environnementales d'une décision  **LO11 - DECIDER :** Définir, proposer des choix stratégiques  **LO15 - AGIR :** Mettre en application ses connaissances académiques et/ou professionnelles  **LO17 - AGIR :** Maîtriser la déclinaison opérationnelle (délais, coûts, …) | | | |
| **Concepts enseignés :** | Sociologie de la culture  Introduction aux problématiques artistiques  Droit de la propriété intellectuelle et artistique  Le cadre légal dans le "spectacle vivant"  L’emploi dans le secteur culturel | | | |
| **Méthodes pédagogiques :** | Cours, études de cas et discussions  Equilibre entre connaissances académiques et expériences professionnelles  Exercices  Etudes de cas | | | |
| **Travail attendu :** | Lecture et préparation régulière des cours  Participation active lors des différentes présentations.  Apprentissage des nouveaux concepts  Etudes de cas notées  Assiduité aux visites ou spectacles. | | | |
| **Evaluation :** | **Evaluation** | **Taux** | **Modalité de l'évaluation** | **Taux** |
| Contrôle final | 80 % | Dossier | 80 % |
| Contrôle Continu | 20 % | Assiduité et participation en classe | 20 % |
| **Bibliographie :** |  Bibliographie   La culture. A quel prix? PFLIEGER, Sylvie.Ellipses.La france de demain.   Anderson, J, Reckhenrich, J, Kupp, M, (2011), The Fine Art of Success: How Learning Great Art Can Create Great Business, Wiley and Sons: London   Belting H. , L’histoire de l’art est-elle finie ?, éd. Jacqueline Chambon, 1999 | | | |
| **Nombre de crédits :** | **4,00** | | | |
| **Planning :** | 10 cours. 30 heures. | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Planning** | | |
| **N° séance** | **Type séance** | **Descriptif séance** | |
| 1 | Cours | **Sociologie de la culture 1 et 2**  Dans le module deux séances de trois heures sont consacrées à environnement de la culture et des arts. | |
| 2 | Cours | **Sociologie de la culture 3 et 4**  Dans le module deux séances de trois heures sont consacrées à la socio-économie de la culture et des arts. | |
| 3 | Cours | **Sociologie de la culture 5 et 6**  Les politiques culturelles à l'ère des nouveaux médias: histoire, bilan, prospective pendant 3 heures puis  le suivi de création (en partenariat avec le Grand T). | |
| 4 | Cours | **Introduction aux problématiques artistiques** | |
| 5 | Cours | **Droit de la propriété intellectuelle et artistique**  Un cours sur la gestion stratégique de la propriété intellectuelle pour les agences de création. | |
| 6 | Cours | **Le cadre légal dans le "spectacle vivant"** | |
| 7 | Cours | **L’emploi dans le secteur culturel**  L’emploi culturel. Ses caractéristiques et les particularités de ressources humaines dans ce secteur. | |

# **S4TRA502 :** LES OUTILS DU MANAGEMENT ARTISTIQUE ET CULTUREL

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Responsable du Cours :** | Martha ABAD GREBERT | | | |
| **Enseignant(s) :** | Philippe AUDUBERT  Tamara CHARLES  Christian MOINARD  Catherine MOREL | | | |
| **Description du Cours :** | Pendant les cours de ce module les élèves vont apprendre l’analyse financière appliquée aux organisations, ils vont pouvoir faire une évaluation des actions politiques culturelles. Ils vont réfléchir sur la Marque en milieu culturelle, sur le mécénat et l’organisation événementielle. | | | |
| **Objectif du cours :** | Les cours doivent permettre d’acquérir un connaissance profonde et complète de la façon de gérer un projet dans la cadre des organisations culturelles. Apprentissage et mise en application des outils du management adaptés aux besoins spécifiques du secteur. | | | |
| **Compétences visées par les cours :** | **LO08 - ANTICIPER :** Identifier et exploiter les opportunités  **LO04 - ANALYSER :** Comprendre et maîtriser les outils d'aide à la décision  **LO09 - ANTICIPER :** Prévoir les conséquences économiques, sociales et environnementales d'une décision  **LO15 - AGIR :** Mettre en application ses connaissances académiques et/ou professionnelles  **LO17 - AGIR :** Maîtriser la déclinaison opérationnelle (délais, coûts, …) | | | |
| **Concepts enseignés :** | Marketing culturel  Droit des contrats  Gestion de projets culturels  Finances | | | |
| **Méthodes pédagogiques :** | Lecture, Case study, Reading, Project  Equilibre entre connaissances académiques et expériences professionnelles  Exercices  Etudes de cas | | | |
| **Travail attendu :** | Lecture et préparation régulière des cours  Participation active lors des différentes présentations.  Apprentissage des nouveaux concepts  Exercices | | | |
| **Evaluation :** | **Evaluation** | **Taux** | **Modalité de l'évaluation** | **Taux** |
| Contrôle final | 80 % | Examen écrit | 40 % |
| Cas pratique | 40 % |
| Contrôle Continu | 20 % | Assiduité et participation en classe | 20 % |
| **Bibliographie :** |  BOUVERY Pierre-Marie, Les Contrats de la musique, Paris, Irma éditions, 2008.   CNV, « De la captation d’un spectacle à son exploitation », 2011, http://www.cnv.fr/nav:ressources.   CNV, Chiffres de la diffusion 2010 [en ligne], juillet 2011, http://www.cnv.fr/nav:ressources.   COURTINE Bruno, SEGUINEAU Malika, Vaughan Avocats, Les Contrats de travail du spectacle vivant, vol. 1, La conclusion, Paris, Prodiss, coll. « Les petits pratiques du Prodiss », 2010.   GUIRAUD Bernard, Dictionnaire bilingue du spectacle, Paris, La Maison du dictionnaire, 2009.   RASSE Paul, Conception, management et communication d’un projet culturel, Voiron, éditions Territorial, 2006.   ROÉ Cendryne, La Circulation internationale du spectacle, Paris, Irma éditions, 2009.   URRUTIAGUER Daniel, Économie et droit du spectacle vivant en France, Paris, Presses de la Sorbonne nouvelle, 2009. | | | |
| **Nombre de crédits :** | **4,00** | | | |
| **Planning :** | 10 cours. 30 heures | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Planning** | | |
| **N° séance** | **Type séance** | **Descriptif séance** | |
| 1 | Cours | **Analyse financière appliquée aux organisations culturelles 1 et 2**  Dans le module deux séances de trois heures sont consacrées à l'analyse financière appliquée aux organisations culturelles. | |
| 2 | Cours | **Evaluation des actions et politiques culturelles**  Dans le module il y a une séance de trois heures dédiés à l'evaluation des actions et politiques culturelles grâce à une étude de cas notée, qui fait partie de la évaluation du module. | |
| 3 | Cours | **Organisation évènementielle 1**  1) Le cadre légal de l’activité d’entrepreneur de spectacles  Définitions, rappels historiques, contexte  La loi du 18 mars 1999  Rappel des définitions (spectacle vivant, profession réglementée)  Les catégories d’entrepreneurs de spectacle (le producteur, le tourneur, le diffuseur, l’exploitant de lieux)  Les licences d’entrepreneur (définitions, modalités d’attribution, constitution des commissions, les catégories de licence  Les professionnels non concernés par la licence (l’agent artistique, le cas des raves et des free parties, le manager)  Les axes de la loi de 1999 (régime unique, contrôles et sanctions, extension internationale)  Les organisateurs occasionnels | |
| 4 | Cours | **Organisation évènementielle 2**  Le droit du travail et les entreprises de spectacles  Rappel des notions de base du droit social  L’organisation du droit et la hiérarchie des textes  Les conventions collectives (définition, extension, étude des différentes conventions applicables au spectacle, évolution des conventions collectives)  Les éléments essentiels du droit du droit du travail (durée légale, rythmes et amplitudes)  Les contrats de travail, CDI, CDII, CDD le CDD d’usage dans le spectacle vivant  Les ruptures du contrat de travail (démission, licenciement, rupture conventionnelle) | |
| 5 | Cours | **Organisation évènementielle 3**  La rémunération des salariés des entreprises de spectacles  Les modes de rémunération (le salaire, les honoraires)  La rémunération en cachet  Le régime des intermittents du spectacle  Les principes de rémunération des salariés du spectacle (la présomption de salariat)  Les salaires (obligations, affiliations, versement des cotisations)  La rémunération via le GUSO | |
| 6 | Cours | **Organisation évènementielle 4**  La rémunération des salariés des entreprises de spectacles (suite)  La circulation des artistes à l’étranger (Union et hors Union européenne)  Les artistes étrangers en France  Les artistes et l’auto-entreprise, l’AGESSA, la Maison des Artistes  Le bénévolat  La pratique amateur (cadre légal et évolutions)  Le droit à la formation permanente | |
| 7 | Cours | **Organisation évènementielle 5**  Généralités sur les contrats (rappel des obligations)  Le contrat d’engagement  Le contrat de cession du droit d’exploitation d’un spectacle  Le contrat de co-réalisation  Le contrat de co-production | |
| 8 | Cours | **La Marque en milieu culturelle**  La mise en œuvre d’un plan marketing dans le secteur culturel. Intermédiation artistique et culturelle. | |
| 9 | Cours | **Le montage d'exposition**  Dans une exposition, faire face à la gestion du projet. | |

# **S4TRA503 :** L'OFFRE CULTURELLE I : SPECTACLE VIVANT, MUSEES ET PATRIMOINE, MARCHE DE L'ART

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Responsable du Cours :** | Martha ABAD GREBERT | | | |
| **Enseignant(s) :** | Guillome LAGUITTON  Laurent NOEL  Jean François PILET | | | |
| **Description du Cours :** | Les professionnels et des experts présenteront une vue d'ensemble de leur propre domaine et organisation avant l’analyse des stratégies développées par leur organisation, pour relever des défis divers.  À la fin de ce module, étudiants pourront comprendre et discuter les questions (publications) auxquelles ces secteurs d'arts font face. Ils pourront aussi analyser les stratégies développées par des organisations dans ce secteur. | | | |
| **Objectif du cours :** | Ce module présente les arts qui traditionnellement ne sont pas inclus dans le concept des industries culturelles en France, soit le Patrimoine et et les musées, les arts visuels et arts du spectacle.  Leurs caractéristiques et les défis auxquels ils doivent faire face seront passés en revue et analysés. | | | |
| **Compétences visées par les cours :** | **LO01 - ANALYSER :** Chercher et qualifier l'information  **LO02 - ANALYSER :** Comprendre l'entreprise et son environnement complexe  **LO08 - ANTICIPER :** Identifier et exploiter les opportunités  **LO10 - ANTICIPER :** Evaluer les risques et les implications d'une décision  **LO11 - DECIDER :** Définir, proposer des choix stratégiques  **LO25 - FEDERER :** Motiver les acteurs, l'équipe  **LO30 - EVOLUER :** Développer ses compétences à partir de ses expériences et des expériences des autres  **LO17 - AGIR :** Maîtriser la déclinaison opérationnelle (délais, coûts, …) | | | |
| **Concepts enseignés :** | Analyse macro, micro et outils de gestion spécifiques aux segments suivants :  Patrimoine et musées  Marché de l'art  Spectacle vivant : danse, théâtre, opéra | | | |
| **Méthodes pédagogiques :** | Lecture  Case study  Group proejct  Project presentation  Balance between academic knowledge and work expériences | | | |
| **Travail attendu :** | Préparation régulière du cours  Participation active lors des différentes présentations.  Apprentissage des nouveaux concepts | | | |
| **Evaluation :** | **Evaluation** | **Taux** | **Modalité de l'évaluation** | **Taux** |
| Contrôle final | 80 % | Cas pratique | 80 % |
| Contrôle Continu | 20 % | Contrôle continu | 20 % |
| **Bibliographie :** |  "Economie et droit du spectacle vivant en France". URRUTIAGUER, Daniel. Les fondamentaux de la Sorbonne nouvelle.  PSN   Benhamou, F Économie du patrimoine culturel, Éditions La Découverte 2012   Di Méo G., L’espace social : une lecture géographique des sociétés, Paris, A. Colin, 2005   Histoire de l’art ; Ernst H. Goombrich, 1950 réédité chez Phaïdon   Les mondes de l’art ; Howard S. Becker, 1982 réédité depuis 2006 dans la collection Champs Flammarion   L’artiste, l’Institution et le marché ; Raymonde Moulin, 1992 toujours édité dans la collection Champs Flammarion   Le marché de l’art contemporain, Nathalie Moureau, Dominique Sagot-Duvauroux, 2006, Edition La découverte   Histoires de l’Art Déco, José Alvarez (sous la direction de), chapitre consacré à l’analyse économique du marché de l’Art Déco (Laurent Noël), 2010, Editions du Regard   Le marché de l’art, Jean-Marie Schmitt, 2008, La documentation française   7 jours dans le monde de l’art, Sarah Thornton, 2010, Editions Autrement | | | |
| **Nombre de crédits :** | **4,00** | | | |
| **Planning :** | 10 cours. 30 heures. | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Planning** | | |
| **N° séance** | **Type séance** | **Descriptif séance** | |
| 1 | Cours | **Organisation et stratégies des musées 1, 2 et 3**  Historique du musée et de ses missions  Analyse économique des musées en tant qu’organisations  Les stratégies développées par les musées pour s’adapter à un environnement en mutation | |
| 2 | Cours | **Les marchés de l'art 1 et 2**  La notion floue d’œuvre d’art  Aperçu historique du marché de l’art  La mesure statistique du marché international de l’art  Les acteurs et leurs stratégies  La formation des prix  Economie spécifique du marché de l’art contemporain | |
| 3 | Cours | **Gestion événementielle 1, 2 et 3**  Dans le module il y a trois cours dédiés à la gestion événementielle, et plus spécifiquement à un évènement Nantais exporté par tout dans le monde:Les folles journées. | |
| 4 | Cours | **Gestion technique 1 et 2**  Dans le module il y a deux cours dédiés à la gestion technique et plus spécifiquement aux spectacles de l’opéra de Paris | |

# **S4TRA504 :** L'OFFRE CULTURELLE II : INDUSTRIES CULTURELLES ET ENJEUX DU NUMERIQUE

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Responsable du Cours :** | Martha ABAD GREBERT | | | |
| **Enseignant(s) :** | Anne-Sophie ARLETTE  Armel HOSTIEU  Gildas LEFEUVRE  Catherine MOREL  David THION | | | |
| **Description du Cours :** | Les professionnels et des experts à travers les industries culturelles présenteront une vue d'ensemble de leur propre secteur avant l'offre d'une analyse des stratégies développées par des organisations spécifiques pour respecter les changements constants auxquels ils font face.  À la fin de ce module, étudiants pourront comprendre le concept d'industries culturelles. Ils pourront aussi analyser les stratégies développées par des organisations dans ce secteur pour relever les défis auxquels ils font face. | | | |
| **Objectif du cours :** | Ce module présente les industries culturelles, comme elles sont définis en France c'est-à-dire, des industries qui produisent des marchandises et fournissent des services basés sur des prototypes et qui sont reproductibles dans les industries de distribution et la transmission : en publiant (livres, presse, disques, jeux électroniques, … et émettant (cinéma, vidéo, télévision, radio). | | | |
| **Compétences visées par les cours :** | **LO01 - ANALYSER :** Chercher et qualifier l'information  **LO09 - ANTICIPER :** Prévoir les conséquences économiques, sociales et environnementales d'une décision  **LO11 - DECIDER :** Définir, proposer des choix stratégiques  **LO25 - FEDERER :** Motiver les acteurs, l'équipe  **LO30 - EVOLUER :** Développer ses compétences à partir de ses expériences et des expériences des autres | | | |
| **Concepts enseignés :** | Analyse macro, micro et outils de gestion spécifiques aux segments suivants :  Livre - Edition  Musique  Cinéma  Production audiovisuelle | | | |
| **Méthodes pédagogiques :** | Equilibre entre connaissances académiques et expériences professionnelles  Cours magistral  Etude de case notée | | | |
| **Travail attendu :** | Lecture et préparation des cours  Exercices  Participation | | | |
| **Evaluation :** | **Evaluation** | **Taux** | **Modalité de l'évaluation** | **Taux** |
| Contrôle final | 80 % | Examen final | 80 % |
| Contrôle Continu | 20 % | Contrôle continu | 20 % |
| **Bibliographie :** |  "Les programmes audiovisuels" DANARD, Benoït et LE CHAMPION, Rémi. La découverte.   Creton L. , Les salles de cinéma : enjeux, défis et perspectives, Paris, A. Colin, 2013   Couchot E. Hillaire N., L’art numérique comment la technique vient au monde de l’art, Paris, GF 2009   "SMART, enquête sur les internets" MARTEL, Frédérique. Stock   MARTEL Frédéric (2006), De la culture en Amérique, Gallimard   MARTEL Frédéric (2010), Mainstream, Gallimard | | | |
| **Nombre de crédits :** | **4,00** | | | |
| **Planning :** | 10 cours. 30 heures. | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Planning** | | |
| **N° séance** | **Type séance** | **Descriptif séance** | |
| 1 | Cours | **Industries culturelles**  Industries culturelles et créatives, définitions et débats | |
| 2 | Cours | **la production cinématographique**  Produire un film et rentabilité | |
| 3 | Cours | **Le secteur musical 1 et 2**  Le secteur musical: évolution et perspectives | |
| 4 | Cours | **Entreprise du numérique 1 et 2**  Deux cours sur la bataille d’internet et son futur, sur les d’usages du web et les frontières qui demeurent.  Smart est la première grande enquête de terrain sur le nouveau monde qui vient. | |
| 5 | Cours | **Production vidéo 1 et 2**  Le Vidéo Clip, de la création à sa diffusion | |
| 6 | Cours | **L'edition du livre 1 et 2**  Marketing et marchés dans le monde du livre | |

# **S4TRA505 :** CULTURE ET TERRITOIRE : COMMENT CONCILIER ART ET ECONOMIE ?

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Responsable du Cours :** | Martha ABAD GREBERT | | | |
| **Enseignant(s) :** | Alain ANGLARET  Benoît DANARD  Catherine MOREL  Laurent NOEL  François ROUET | | | |
| **Description du Cours :** | Les professionnels et des experts présenteront une vue d'ensemble de leur propre secteur avant l'offre d'une analyse des stratégies développées par des organisations spécifiques: Economie de la culture, économie du cinéma, économie du livre, le mécénat et partenariat et L'administration d'un théâtre. | | | |
| **Objectif du cours :** | Les cours doivent permettre de comprendre les éléments qui permettent de concilier l'art et l'économie. À la fin de ce module, étudiants pourront comprendre comment dans le monde réel la culture peut changer, améliorer, développer le territoire . | | | |
| **Compétences visées par les cours :** | **LO02 - ANALYSER :** Comprendre l'entreprise et son environnement complexe  **LO05 - ANALYSER :** Mobiliser ses connaissances théoriques et/ou liées à l'expérience  **LO07 - ANTICIPER :** Identifier différents types d'évolution et d'innovations possibles  **LO10 - ANTICIPER :** Evaluer les risques et les implications d'une décision  **LO01 - ANALYSER :** Chercher et qualifier l'information | | | |
| **Concepts enseignés :** | Economie de la culture  Economie du cinéma,  Economie du livre  Mécénat et partenariat  L'administration d'un théâtre  sociologie de la culture et de ses publics | | | |
| **Méthodes pédagogiques :** | Etudes des concepts clés et de évolutions historiques majeures  Recherches | | | |
| **Travail attendu :** | Lecture et préparation des cours  Fiches de lectures  Participation | | | |
| **Evaluation :** | **Evaluation** | **Taux** | **Modalité de l'évaluation** | **Taux** |
| Contrôle final | 80 % | Examen final | 80 % |
| Contrôle Continu | 20 % | Contrôle continu | 20 % |
| **Bibliographie :** |  "La gestion du patrimoine culturel" GREFFE, Xavier Anthropos   Menger P-M., Le travail créateur : s’accomplir dans l’incertain, Paris, Seuil, 2009   ALVAREZ J., COLENO N., NOEL, L. (2010); Histoires de l’Art Déco   ANDERSON C. (2007), La longue traîne, Village Mondial.   BAUMOL W.J.BOWEN W.G.(1966) - Performing Arts : the economic dilemna - MIT Press, Cambridge.   BENHAMOU F. (2011), Economie de la culture, Repères, la Découverte.   BENHAMOU F. (2012), Economie du patrimoine culturel, Repères, la Découverte.   CHANTEPIE P., LE DIBERDER A. (2012), Révolutions numériques et industries culturelles, Repères, la Découverte.   EUROSTAT-DEPS (2007) Statistiques culturelles en Europe, Culture-Chiffres, Hors-serie 2007.   GINSBURGH V., THROSBY D., Handbook of the Economics of Art and Culture, North-Holland (2006)   GRAMPP W.D. (1989) - Pricing the priceless : art, artists and economics - Basic books, INC, New-York. | | | |
| **Nombre de crédits :** | **4,00** | | | |
| **Planning :** | 10 cours. 30 heures. | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Planning** | | |
| **N° séance** | **Type séance** | **Descriptif séance** | |
| 1 | Cours | **Economie de la culture 1**  Introduction.À la fin de ce cours étudiants pourront comprendre l’environnement de la culture et plus specifiquement l'economie de la culture. | |
| 2 | Cours | **Economie de la culture 2**  Poids économique de la culture de la culture en France : équilibres et agrégats | |
| 3 | Cours | **Economie de la culture 3**  Le spectacle vivant | |
| 4 | Cours | **Economie de la culture 4**  Les industries culturelles | |
| 5 | Cours | **Economie du cinéma 1 et 2**  L'économie dans l'industrie cinématographique. | |
| 6 | Cours | **Economie du livre 1 et 2**  Comment concilier l'édition des livres et l'économie. | |
| 7 | Cours | **Mécénat et partenariat**  Dans le module il y a une séance de trois heures dédiés au mécénat et au partenariat | |
| 8 | Cours | **L'administration d'un théâtre**  Le cas spécifique de la gestion économique d'un théâtre. | |

# **S4TRA506 :** ART ET CULTURE A L'INTERNATIONAL

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Responsable du Cours :** | Martha ABAD GREBERT | | | |
| **Enseignant(s) :** | David BELLINGAM  Marie-Clarté O NEIL  Roberto SAN SALVADOR DEL VALLE | | | |
| **Description du Cours :** | 2 séminaires spécialisés :  1 semaine d’enseignement à l’étranger  2 semaines à l’Ecole du Louvre à Paris | | | |
| **Objectif du cours :** | Grace à un séminaire à l'étranger et un deuxième à l'Ecole du Louvre , avoir une vision de l'art et la culture en dehors de la France et des connaissances approfondies dur le patrimoine culturelle français. | | | |
| **Compétences visées par les cours :** | **LO05 - ANALYSER :** Mobiliser ses connaissances théoriques et/ou liées à l'expérience  **LO07 - ANTICIPER :** Identifier différents types d'évolution et d'innovations possibles  **LO30 - EVOLUER :** Développer ses compétences à partir de ses expériences et des expériences des autres | | | |
| **Concepts enseignés :** | Parcours 1 : « Management orienté institutions publiques et politiques culturelles » avec l’Université de Deusto et le musée Guggenheim de Bilbao  Parcours 2 : « Management orienté marché de l’art et industries culturelles » avec le Sotheby’s Institute à Londres.  Pour tout le monde : Séminaire à l'école du Louvre.  Introduction à l’histoire des musées, du patrimoine et des collections.  Introduction à la muséologie : les missions du musée (conservation, acquisition, recherche et diffusion) | | | |
| **Méthodes pédagogiques :** | Des conférences donnés par des experts, suivis des visites des endroits stratégiques. | | | |
| **Travail attendu :** | Participation active et assiduité. | | | |
| **Evaluation :** | **Evaluation** | **Taux** | **Modalité de l'évaluation** | **Taux** |
| Contrôle final | 80 % | Rapport individuel | 40 % |
| QCM | 40 % |
| Contrôle Continu | 20 % | Assiduité et participation en classe | 20 % |
| **Bibliographie :** |  - ALAOUI (B.) “ Une réflexion permanente : le musée de l’Institut du monde arabe ”, Museum  international 203, vol.50, n°3, 1999, pp. 38-42.   - de BARY (M-O.), “ Les différentes formes de muséographie : de l’exposition traditionnelle au centre  d’interprétation ” in de Barry (M-O.) (dir.), Tobelem (J-M.) (dir.), Manuel de muséographie, Paris,  Séguier, 1998 (option culture), pp. 195-203.   CHAUMIER (S.), JACOBI (D.), Exposer des idées. Du musée au Centre d’interprétation, Paris,  Complicités, 2009   CÔTÉ (M.) (dir.), La fabrique du musée de sciences et sociétés, Paris, La documentation française,  2011   DAVALLON (J.), Claquemurer pour ainsi dire tout l’univers : la mise en exposition, Paris, Centre  Georges Pompidou, 1986.   DELOCHE (B.), La nouvelle culture : la mutation des pratiques sociales ordinaires et l’avenir des  institutions culturelles, Paris, L’Harmattan, 2007, Patrimoine et Sociétés.   DESVALLEES (A.), MAIRESSE (F.), (dir.), Dictionnaire encyclopédique de muséologie, Paris  Armand Collin, 2011.   GERVEREAU (L.) (dir. et édit.), Quel avenir pour les musées d’histoire ? Actes du colloque de  Bonn de 1996, Paris, A.I.M.H., 1999.   GERVEREAU (L.), Vous avez dit musées ? Tout savoir sur la crise culturelle, Paris, CNRS  Editions, 2007, coll. « Carré des sciences ».  - GOB (A), DROUGUET (N.), La muséologie | | | |
| **Nombre de crédits :** | **4,00** | | | |
| **Planning :** | 10 cours. 30 heures | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Planning** | | |
| **N° séance** | **Type séance** | **Descriptif séance** | |
| 1 | Séminaire Sotheby's Institute | **Le marché de l'art à Londres**  Navigating the art market  Art as an alternative investment  Reception of art and the market: The Jenking Venus  The market for antiquities and old master Paintings  Ethics, laws and the art market  Sources for studying the art market  Authenticity and art  How Public collections acquire art  Validation by public and private galleries of contemporary art | |
| 2 | Séminaire Univeristé de Deusto et musée Gugenheim | **Management orienté institutions publiques et politiques culturelle**  Bilbao case study  Bilbao metropoli 30  Guggenheim museum of Bilbao  Alhondiga Bilbao  Philarmonic Society case  Fine art museum case  EITB: Basque tv and radio  Basque country museum case  Haceria-Zawp case  Global point of view | |
| 3 | Séminaire Ecole du Louvre | **Introduction à l’histoire des musées, du patrimoine et des collections.**  Développement et rénovation des musées  Le cas du musée du Louvre (Histoire longue)  Le cas du musée d’Orsay (Histoire récente)  La mise en espace : muséographie et scénographie  Le cas du musée de la chasse et de la nature  Politiques de public et médiation  Le cas de Beaubourg  La question des expositions temporaires  L’organisation des grandes expositions (Réunion des musées nationaux)  La politique d’expositions temporaires du musée du quai Branly  Principes et déontologie de la conservation de la restauration  Les ateliers de l’Institut national du patrimoine  Patrimoines et territoires  Musée et territoire :  Le cas du Mac Val  Archéologie et territoire :  Le cas du centre municipal archéologique de Saint Denis  Monuments et territoire :  Le cas de la basilique de Saint Denis  Le réseau des villes d’art et d’histoire  Les problématiques de rapport Musée et Monument historique  Le cas du château de Versailles  Le cas du musée national du Moyen-âge, Thermes et Hôtel de Cluny | |

# **S4TRA507 :** GESTION DE PROJET APPLIQUEE

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Responsable du Cours :** | Martha ABAD GREBERT | | | |
| **Enseignant(s) :** | Dominique BILLIER  Carole Lerendu  Christian MOINARD  Catherine MOREL  Laurent NOEL | | | |
| **Description du Cours :** | Présentation du cahier des charges en janvier avec le tuteur, production d'un rapport et soutenance en mai, après une recherche de quatre mois. | | | |
| **Objectif du cours :** | Les cours doivent permettre d’acquérir un connaissance profonde et complète de la façon de gérer un projet dans la cadre des organisations culturelles. Mise en situation réelle des étudiants par la mise en oeuvre, de la conception à la réalisation, d'un projet culturel. | | | |
| **Compétences visées par les cours :** | **LO02 - ANALYSER :** Comprendre l'entreprise et son environnement complexe  **LO03 - ANALYSER :** Identifier les différentes options possibles  **LO11 - DECIDER :** Définir, proposer des choix stratégiques  **LO16 - AGIR :** Allouer les ressources nécessaires (humaines, techniques, financières, …)  **LO22 - ACCOMPAGNER :** Déléguer des responsabilités  **LO23 - FEDERER :** Communiquer et convaincre | | | |
| **Concepts enseignés :** | Les projets tutorés ont pour double finalité d’aider des partenaires professionnels dans la conduite de leurs projets et de consolider la formation des étudiants par l’étude de cas réels.  Le sujet et le champ de l’étude doivent être réalistes et ce pour diverses raisons :  - Le temps alloué à l’étude (projet tutoré) est limité par la durée du programme pédagogique, allant de fin janvier à mi-mai chaque année.  - Les étudiants ne sont pas accueillis sur le lieu de travail du commanditaire, mais disposent de plages de travail disponibles dans leur emploi du temps pour se consacrer à l’étude con | | | |
| **Méthodes pédagogiques :** | Tutorat  Travail en groupe  Suivi (réunions, comité de pilotage) | | | |
| **Travail attendu :** | Implication, autonomie, prise d'initiative et respect des objectifs et des échéances (rétroplanning). | | | |
| **Evaluation :** | **Evaluation** | **Taux** | **Modalité de l'évaluation** | **Taux** |
| Contrôle final | 70 % | Mémoire | 70 % |
| Contrôle Continu | 30 % | Présentation orale | 30 % |
| **Bibliographie :** |  Towse, R A textbook of cultural economics, Cambridge University Press 2010 | | | |
| **Nombre de crédits :** | **4,00** | | | |
| **Planning :** | 10 seances 30 heures. | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Planning** | | |
| **N° séance** | **Type séance** | **Descriptif séance** | |
| 1 | Reunion | **PRESENTATION DES PROJETCS**  Situations réelles ou exercice de style?  Plutôt secteur privé ou plutôt secteur public?  Un phénomène émergent : la transversalité des problématiques  Calendrier : de la présentation des sujets (aujourd’hui) aux soutenances des études le 12 mai prochain.  Suivi : double tutorat | |
| 2 | Reunion | **Desition sur le project**  Etude : Gestion de projet appliquée | |
| 3 | Séances de travail | **Etude : Gestion de projet appliquée**  Selon le rythme imposé par les avancés de l'étude et du projet | |
| 4 | Presentation oral et rendre dossier | **Soutenance**  L’objectif des étudiants est d’aborder une problématique professionnelle et de proposer une résolution sous la forme d’un rendu (dossier) et d’une présentation orale, la soutenance. Répondre aux attentes professionnelles des partenaires est la priorité, mais le cadre académique impose aussi que les résultats obtenus soient présentés sous la forme d’un rapport d’étude.  Un jury de soutenance est constitué et composé de diverses personnes qualifiées, dont les tuteurs professionnels. Ces derniers assistent aux soutenances et participent pleinement à la notation. | |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **N°** | **Titre** | **Crédit** | | **Planning** | |
| S4TRA501 | ENVIRONNEMENT DE LA CULTURE | | 4,00 | | 10 cours. 30 heures. |
| S4TRA502 | LES OUTILS DU MANAGEMENT ARTISTIQUE ET CULTUREL | | 4,00 | | 10 cours. 30 heures |
| S4TRA503 | L'OFFRE CULTURELLE I : SPECTACLE VIVANT, MUSEES ET PATRIMOINE, MARCHE DE L'ART | | 4,00 | | 10 cours. 30 heures. |
| S4TRA504 | L'OFFRE CULTURELLE II : INDUSTRIES CULTURELLES ET ENJEUX DU NUMERIQUE | | 4,00 | | 10 cours. 30 heures. |
| S4TRA505 | CULTURE ET TERRITOIRE : COMMENT CONCILIER ART ET ECONOMIE ? | | 4,00 | | 10 cours. 30 heures. |
| S4TRA506 | ART ET CULTURE A L'INTERNATIONAL | | 4,00 | | 10 cours. 30 heures |
| S4TRA507 | GESTION DE PROJET APPLIQUEE | | 4,00 | | 10 seances 30 heures. |