

Nombre de crédits : 4**Langue d'enseignement :** Français**Responsable du cours :** GREBERT MARTHA**Enseignants :** ALIX Laurent, AUDRAN-LY ANNE, POIRSON Martial

≡ DESCRIPTION DU COURS

Ce cours va permettre de cerner et comprendre les enjeux de l'environnement de la culture. Tout d'abord les élèves apprendront la sociologie de la culture qui fournira une base pour repenser les problématiques artistiques. En second lieu, les bases sur le droit de la propriété intellectuelle appliquée au monde artistique pour finalement avoir une vision de la subtilité de l'emploi dans le secteur culturel.

≡ OBJECTIF DU COURS

Acquérir une connaissance approfondie des grands défis liés à l'environnement de la culture dans l'actualité.

≡ LEARNING OBJECTIVES

Learning goals C4B	LG1 - Analyse
Learning objectives C4B	LO2 - Analyser des situations complexes
Outcomes	Niv. 3 - Justifier ses conclusions et émettre des recommandations de façon argumentée

Learning goals C4B	LG5 - Coopération
Learning objectives C4B	LO15 - Faire preuve d'agilité : adaptation, curiosité, proactivité
Outcomes	Niv. 3 - Confronter plusieurs points de vue et incorporer les opinions extérieures

≡ CONCEPTS ENSEIGNÉS

La politique culturelle française à l'épreuve du spectacle-vivant : le cas particulier du théâtre.
Sociologie de la culture
Anthropologie et socio-économie de la culture
Politiques culturelles et institutions artistiques
Capitalisme cognitif, entrepreneuriat culturel et entreprises-artistes
Droit de la propriété intellectuelle et artistique
L'emploi dans le secteur culturel

≡ MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Cours
Application de concepts et confrontation des réalités avec la visite au théâtre.
Conférence- débat avec un chargé de médiation
Conférence- débat avec l'administrateur d'un théâtre.

≡ TRAVAIL ATTENDU ET ÉVALUATION

Les compétences seront évaluées par l'examen sur la politique culturelle française à l'épreuve de la mondialisation et acquises pendant le cours et l'expérience au théâtre.

≡ BIBLIOGRAPHIE

AUDRAN-LY, A. (2001) . L'inefficacité de la réglementation de l'exercice du Droit, Dalloz Jurisprudence (21 juin 2001), 1907 et s.

LE RENDU-LIZEE, C. (2014) . Emploi culturel sur un territoire, Juris Art Etc (19), 31-34

POIRSON, M et BARBERIS, J (2016). L'économie du spectacle vivant. Presses Universitaires de France.

≡ MÉTHODE D'ÉVALUATION

100 % : Examen

≡ SÉANCES

1 **La politique culturelle française à l'épreuve de la mondialisation 1**

COURS : 06h00

Anthropologie et socio-économie de la culture

2 **La politique culturelle française à l'épreuve de la mondialisation 2**

COURS : 06h00

Deux séances de trois heures sont consacrées à la socio-économie de la culture et des arts.
Politiques culturelles et institutions artistiques .

3 **La politique culturelle française à l'épreuve de la mondialisation 3**

COURS : 06h00

Capitalisme cognitif, entrepreneuriat culturel et entreprises-artistes puis
le suivi de création (en partenariat avec le Grand T).

4 **Droit de la propriété intellectuelle et artistique**

COURS : 06h00

Un cours sur la gestion stratégique de la propriété intellectuelle pour les agences de création.

5 **L'emploi dans le secteur culturel**

COURS : 06h00

L'emploi culturel. Ses caractéristiques et les particularités de ressources humaines dans ce secteur.

Nombre de crédits : 4**Langue d'enseignement :** Français**Responsable du cours :** GREBERT MARTHA**Enseignants :** CHARLES-TEMPLE Tamara , LECOCQ Elias , MOINARD CHRISTIAN , VACHET Jérémy

≡ DESCRIPTION DU COURS

Ce cours va permettre, pour acquérir les outils du management artistique, en premier lieu de cerner, de comprendre et de faire une évaluation des actions politiques culturelles. Puis, d'apprendre les bases de l'analyse financière appliquée aux organisations culturelles, ainsi que de réfléchir sur la marque en milieu culturel.

≡ OBJECTIF DU COURS

Acquérir une connaissance approfondie et complète de la façon de gérer un projet dans le cadre des organisations culturelles. Apprentissage et mise en application des outils du management adaptés aux besoins spécifiques du secteur.

≡ LEARNING OBJECTIVES

Learning goals C4B	LG1 - Analyse
Learning objectives C4B	LO2 - Analyser des situations complexes
Outcomes	Niv. 3 - Justifier ses conclusions et émettre des recommandations de façon argumentée

Learning goals C4B	LG2 - Action
Learning objectives C4B	LO5 - Evaluer, prévenir et gérer les risques à court, moyen et long terme
Outcomes	Niv. 1 - Repérer et spécifier l'ensemble des risques caractérisant une situation

≡ CONCEPTS ENSEIGNÉS

Le cadre légal de l'activité d'entrepreneur de spectacles
Le droit du travail et les entreprises de spectacles
La rémunération des salariés des entreprises de spectacles
Les contrats du spectacle
Marketing culturel
Droit des contrats
Gestion de projets culturels
Analyse financière appliquée aux organisations culturelles
Gestion de la marque dans le monde de l'art

≡ MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Cours
Travail de lecture
Equilibre entre connaissances académiques et expériences professionnelles
Etudes de cas

≡ TRAVAIL ATTENDU ET ÉVALUATION

Lecture et préparation régulière des cours
Participation active lors des différentes présentations.
Apprentissage des nouveaux concepts
Exercices

Les compétences seront évaluées par l'étude de cas sur analyse financière appliquée aux organisations Culturelles et par l'examen sur l'organisation événementielle

≡ BIBLIOGRAPHIE

MOINARD, C. (2013). *Partenariats public privé : les enjeux de la performance*. Audencia Business School.
AUDUBERT, P (2018). Profession entrepreneur de spectacles. Broché.
COURTINE B, SEGUINEAU M, Vaughan Avocats, Les Contrats de travail du spectacle vivant, vol. 1, La conclusion, Paris, Prodiss, coll. « Les petits pratiques du Prodiss », 2010.

≡ MÉTHODE D'ÉVALUATION

40 % : Etude de cas
60 % : Examen

≡ SÉANCES

1 Analyse financière appliquée aux organisations culturelles

COURS : 06h00

Dans le module deux séances de trois heures sont consacrées à l'analyse financière appliquée aux organisations culturelles.

2 Etude cas sur analyse financière appliquée aux organisations Culturelles

RESTITUTION DES TRAVAUX DE GROUPE : 03h00

Dans le module il y a une séance de trois heures dédiés à l'évaluation d'un cas pratique sur analyse financière des organisations culturelles. Les étudiants appliqueront les concepts enseignés en présentant les bilan financiers des institutions choisis d'une façon créative.

3 Organisation évènementielle 1

COURS : 06h00

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 Organisation évènementielle 2

COURS : 06h00

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

Organisation événementielle 3

COURS : 06h00

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
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
Contracts majorities
Commitment's contract
The contract of transfer of the exploitation right of an entertainment
The co-realization contract
The coproduction contract

6

Art et marque

COURS : 03h00

Les relations entre art et marque. Du mécénat au personal branding des artistes, les stratégies, les bénéfices mutuels des collaborations entre art et marques, et les questions soulevées.

Nombre de crédits : 4

Langue d'enseignement : Français

Responsable du cours : GREBERT MARTHA

Enseignants : NOEL Laurent

≡ DESCRIPTION DU COURS

Ce cours présente les arts qui traditionnellement ne sont pas inclus dans le concept des industries culturelles en France, soit le Patrimoine 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 selon un point de vue économique.

≡ OBJECTIF DU COURS

Les étudiants pourront acquérir une connaissance approfondie des grands défis auxquels les secteurs d'arts font face. Ils pourront aussi analyser et discuter les questions des stratégies développées par des organisations dans ce secteur.

≡ LEARNING OBJECTIVES

Learning goals C4B	LG1 - Analyse
Learning objectives C4B	LO3 - Adopter des approches transversales
Outcomes	Niv. 3 - Produire des analyses à partir de nouveaux cadres de références et faire évoluer/critiquer les cadres antérieurs

Learning goals C4B	LG3 - Entrepreneurat et innovation
Learning objectives C4B	LO8 - Oser prendre des risques dans le cadre d'un projet
Outcomes	Niv. 2 - Déterminer les leviers à sa disposition pour relever des défis inédits, détecter et clarifier sa propension personnelle au risque

≡ CONCEPTS ENSEIGNÉS

Economie de la culture

Les musées : organisation et stratégies

Les marchés de l'art

≡ MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Cours

Etude de cas

≡ TRAVAIL ATTENDU ET ÉVALUATION

Préparation régulière du cours

Participation active lors des différentes présentations

Apprentissage des nouveaux concepts

Les compétences seront évaluées par un examen sur l'Economie de la culture et par une étude de cas.

≡ BIBLIOGRAPHIE

NOEL, L. (2014). Dealing with uncertainties: The art market as a social construction. In DEMPSTER, Anna M. (Eds.), *Risk and Uncertainty in the Art World* (pp. 239-274). Bloomsbury Publishing.

URRUTIAQUER, Daniel.(2012) "Economie et droit du spectacle vivant en France". Les fondamentaux de la Sorbonne nouvelle.PSN

Benhamou, F(2005) Économie du patrimoine culturel,

Di Méo G., L'espace social : une lecture géographique des sociétés, Histoire de l'art ; Ernst H. Gombrich, 1950 réédité chez Phaidon.

≡ MÉTHODE D'ÉVALUATION

100 % : Examen

≡ SÉANCES

1 Organisation et stratégies des musées 1

COURS : 06h00

Historique du musée et de ses missions
Analyse économique des musées en tant qu'organisations

2 Organisation et stratégies des musées 2

COURS : 06h00

Les stratégies développées par les musées pour s'adapter à un environnement en mutation

3 Economie de la culture 1

COURS : 06h00

Introduction. À la fin de ce cours étudiants pourront comprendre l'environnement de la culture et plus spécifiquement l'économie de la culture.
Le poids économique de la culture de la culture en France : équilibres et agrégats

4 Economie de la culture 2

COURS : 06h00

Le spectacle vivant et les industries culturelles

5 Les marchés de l'art

COURS : 06h00

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

Nombre de crédits : 4**Langue d'enseignement :** Français**Responsable du cours :** GREBERT MARTHA**Enseignants :** ARLETTE-ELLIOTT Anne-sophie , GONDRE Martin , HOSTIOU Armel , VACHET Jérémy

≡ 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.

Ce cours va permettre de cerner et comprendre les enjeux des 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.

≡ OBJECTIF DU COURS

À la fin de ce cours, les 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.

≡ LEARNING OBJECTIVES

Learning goals C4B	LG1 - Analyse
Learning objectives C4B	LO3 - Adopter des approches transversales
Outcomes	Niv. 3 - Produire des analyses à partir de nouveaux cadres de références et faire évoluer/critiquer les cadres antérieurs

Learning goals C4B	LG3 - Entrepreneuriat et innovation
Learning objectives C4B	LO9 - Elaborer des solutions innovantes et les expérimenter
Outcomes	Niv. 2 - Penser "hors du cadre" pour imaginer et soumettre de nouvelles idées. Arbitrer entre les idées innovantes

≡ 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

≡ TRAVAIL ATTENDU ET ÉVALUATION

Lecture et préparation des cours

Exercices

Participation

Les compétences seront évaluées par l'examen sur les industries culturelles et enjeux du numérique

≡ BIBLIOGRAPHIE

MAIRESSE, P., BEGON, E. (2013) . Réflexivité et capabilité : la part de création dans l'activité, Education Permanente (196),
MOREL, C. (2003) . Cultural democratisation in France: The business of business?, Modern and Contemporary France, 11 (1), 21-32
DANARD, Benoît et LE CHAMPION, "Les programmes audiovisuels" , Rémi.La découverte.

≡ MÉTHODE D'ÉVALUATION

70 % : Examen

30 % : Etude de cas : L'édition de livre

≡ SÉANCES

1 Industries culturelles

COURS : 06h00

Industries culturelles et créatives, définitions et débats

2 la production cinématographique

COURS : 06h00

Produire un film et rentabilité

3 Le secteur musical

COURS : 06h00

Le secteur musical: évolution et perspectives

4 Production vidéo

COURS : 06h00

Le Vidéo Clip, de la création à sa diffusion

5 L'edition du livre

COURS : 06h00

Marketing et marchés dans le monde du livre

Nombre de crédits : 4**Langue d'enseignement :** Français**Responsable du cours :** GREBERT MARTHA**Enseignants :** BOISTARD Eric , CHIRON Johan , MOREL CATHERINE , PILET Jean-François , PRUSKER ESTELLE , VACHET Jérémy

≡ DESCRIPTION DU COURS

Ce cours va permettre de cerner et comprendre les enjeux de la Culture dans son territoire et le défi de concilier art et économie. 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. Tout d'abord les élèves apprendront l'économie du cinéma. En second lieu, les enjeux d'un équipement de territoire fourniront une base pour repenser les stratégies développées par des organisations spécifiques. Finalement, les élèves vont avoir une vision claire de comment permettre la création des projets culturels, en travaillant avec les banques.

≡ OBJECTIF DU COURS

Acquérir une connaissance approfondie et complète des éléments qui permettent de concilier l'art et l'économie. À la fin de ce cours, les étudiants pourront comprendre comment dans le monde réel la culture peut changer, améliorer, développer le territoire.

≡ LEARNING OBJECTIVES

Learning goals C4B	LG1 - Analyse
Learning objectives C4B	LO3 - Adopter des approches transversales
Outcomes	Niv. 3 - Produire des analyses à partir de nouveaux cadres de références et faire évoluer/critiquer les cadres antérieurs

Learning goals C4B	LG3 - Entrepreneurat et innovation
Learning objectives C4B	LO9 - Elaborer des solutions innovantes et les expérimenter
Outcomes	Niv. 1 - Identifier les raisons pour lesquelles une innovation est possible. Repérer les besoins et les intérêts des personnes qui pourraient être intéressées par cette innovation

≡ CONCEPTS ENSEIGNÉS

Economie du cinéma
Projets culturels, convaincre son banquier
Le montage d'une exposition
Enjeux d'un équipement de territoire
Gestion technique dans la culture

≡ MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Etudes des concepts clés et de évolutions historiques majeures
Recherches

≡ TRAVAIL ATTENDU ET ÉVALUATION

Lecture et préparation des cours
Fiches de lectures
Participation

Les compétences seront évaluées par un l'examen sur toutes les séances et aussi un étude de cas sur le montage d'une exposition.

≡ BIBLIOGRAPHIE

ALVAREZ J., COLENO N., NOEL, L. (2010); Histoires de l'Art Déco
BAUMOL W.J.BOWEN W.G.(1966) - Performing Arts : the economic dilemma - MIT Press, Cambridge.
BENHAMOU F. (2011), Economie de la culture, Repères, la Découverte.
BENHAMOU F. (2012), Economie du patrimoine culturel, Repères, la Découverte.

≡ MÉTHODE D'ÉVALUATION

70 % : Examen

30 % : Contrôle Continu

≡ SÉANCES

1 Le montage d'une exposition

COURS : 06h00

Application de concepts sur le montage d'une exposition et confrontation de réalités avec un cas d'étude

2 Gestion technique dans la culture

COURS : 06h00

Dans le module il y a deux cours dédiés à la gestion technique et plus spécifiquement aux spectacles de l'opéra de Paris

3 Economie du cinéma

COURS : 06h00

L'économie dans l'industrie cinématographique.

4 Enjeux d'un équipement de territoire

COURS : 06h00

Les enjeux d'un équipement de territoire fourniront une base pour repenser les stratégies développées par des organisations spécifiques.

5 Projets culturels, convaincre son banquier

COURS : 06h00

Une vision claire de comment permettre la création des projets culturels, en travaillant avec les banques.

6 Le mécénat culturel

COURS ET ÉTUDES DE CAS : 06h00

Le cours de 6 heures présentera les modalités du mécénat culturel en France et s'intéressera aux dynamiques territoriales de cet engagement.

Nombre de crédits : 4

Langue d'enseignement : Anglais, Français

Responsable du cours : GREBERT MARTHA

≡ DESCRIPTION DU COURS

4 séminaires spécialisés :

1 semaine d'enseignement à l'étranger ou

2 semaines à l'Ecole du Louvre à Paris

≡ OBJECTIF DU COURS

Grace à un séminaire, avoir une vision de l'art et la culture en dehors de la France et des connaissances approfondies sur le patrimoine culturel français.

≡ LEARNING OBJECTIVES

Learning goals C4B	LG2 - Action
Learning objectives C4B	LO6 - Agir dans une langue étrangère dans un contexte professionnel
Outcomes	Niv. 3 - Rédiger des écrits professionnels et techniques de son/ses champ(s) disciplinaire(s) dans une langue étrangère

Learning goals C4B	LG5 - Coopération
Learning objectives C4B	LO15 - Faire preuve d'agilité : adaptation, curiosité, proactivité
Outcomes	Niv. 3 - Confronter plusieurs points de vue et incorporer les opinions extérieures

≡ 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.

Parcours 3: "Digital entertainment" à Breda University of Applied sciences, Pays Bas

Parcours 4 : 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 données par des experts, suivis des visites des endroits stratégiques.

≡ TRAVAIL ATTENDU ET ÉVALUATION

Les compétences seront évaluées par l'examen sur le séminaire choisi.

≡ BIBLIOGRAPHIE

ALAOUI (B.) " Une réflexion permanente : le musée de l'Institut du monde arabe ", Museuminternational 203, vol.50, n°3, 1999, pp. 38-42.

de BARY (M-O.), " Les différentes formes de muséographie : de l'exposition traditionnelle au centred'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

≡ MÉTHODE D'ÉVALUATION

100 % : Examen final

≡ SÉANCES

1 Le marché de l'art à Londres

COURS : 10h00

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 Management orienté institutions publiques et politiques culturelle

COURS : 10h00

Bilbao case study
Bilbao metropolí 30
Guggenheim museum of Bilbao
Alhondiga Bilbao
Philharmonic Society case
Fine art museum case
EITB: Basque tv and radio
Basque country museum case
Haceria-Zawp case
Global point of view

3 Introduction à l'histoire des musées, du patrimoine et des collections.

COURS : 10h00

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

Imagineering

Tour and demo's

Transmedia Storytelling

Branded Entertainment

Transmedia Storytelling

Storytelling

VR and Mixed Realities

Interactive Narrative

Visit Efteling

Nombre de crédits : 4

Langue d'enseignement : Français

Responsable du cours : GREBERT MARTHA

Enseignants : CATOIR-BRISSON Marie-Julie , DE PETIGNY Emmanuelle , GREBERT MARTHA , MOREL CATHERINE , NOEL Laurent

≡ 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 une connaissance profonde et complète de la façon de gérer un projet dans le 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.

≡ LEARNING OBJECTIVES

Learning goals C4B	LG3 - Entrepreneuriat et innovation
Learning objectives C4B	LO8 - Oser prendre des risques dans le cadre d'un projet
Outcomes	Niv. 3 - Choisir un ou des leviers/axes/modalités différenciants. Sortir du cadre. Ajuster par des retours d'expérience
Learning goals C4B	LG5 - Coopération
Learning objectives C4B	LO15 - Faire preuve d'agilité : adaptation, curiosité, proactivité
Outcomes	Niv. 3 - Confronter plusieurs points de vue et incorporer les opinions extérieures

≡ 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 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.

≡ MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Tutorat

Travail en groupe

Suivi (réunions, comité de pilotage)

≡ TRAVAIL ATTENDU ET ÉVALUATION

Implication, autonomie, prise d'initiative et respect des objectifs et des échéances (rétroplanning).

Les compétences seront évaluées par le dossier et la soutenance du projet.

≡ BIBLIOGRAPHIE

Towse, R A textbook of cultural economics, Cambridge University Press 2010

≡ MÉTHODE D'ÉVALUATION

50 % : Dossier Projet

50 % : Soutenance

≡ SÉANCES

1

PRESENTATION DES PROJETS

COURS : 02h00

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,
aux soutenances des études en mai prochain.

Suivi : double tutorat

2

Gestion de projet appliquée

COURS : 03h00

3 heures de travail par semaine en équipe avec les tuteurs professionnels et le tuteur Audencia, ou plus, selon le rythme imposé par les avancés de l'étude et du projet.

3

Soutenance

COURS : 02h00

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 de diverses personnes qualifiées, dont les tuteurs professionnels. Ces derniers assistent aux soutenances et participent pleinement à la notation.
