

Nombre de crédits : 4

Langue d'enseignement : Français

Responsable du cours : MAIRESSE Philippe

Enseignants : AUDRAN-LY Anne , LERENDU - LIZEE Carole , POIRSON Martial

≡ 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 LE COURS

LG01 - Analyse : Développer un esprit critique

LG03 - Analyse : Adopter des approches transversales

LG04 - Action : Etre force de proposition, prendre des initiatives

LG10 - RSO : Identifier et comprendre les enjeux des parties prenantes

LG15 - Coopération : Faire preuve d'agilité : adaptation, curiosité, proactivité

≡ CONCEPTS ENSEIGNÉS

La politique culturelle française à l'épreuve du spectacle-vivant : le cas particulier du théâtre.

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

Exercices

Etudes de cas

Pratique

Equilibre entre apprentissage et pratique

≡ 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.

≡ 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

≡ MÉTHODE D'ÉVALUATION

80 % : EXAMEN - Martial POIRSON

≡ SÉANCES

1 Sociologie de la culture 1 et 2

COURS : 06h00

Dans le module deux séances de trois heures sont consacrées à environnement de la culture et des arts.

2 Sociologie de la culture 3 et 4

COURS : 06h00

Dans le module deux séances de trois heures sont consacrées à la socio-économie de la culture et des arts.

3 Sociologie de la culture 5 et 6

COURS : 06h00

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 Introduction aux problématiques artistiques

COURS : 03h00

5 Droit de la propriété intellectuelle et artistique

COURS : 03h00

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

6 Le cadre légal dans le "spectacle vivant"

COURS : 03h00

7 L'emploi dans le secteur culturel

COURS : 03h00

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 : MAIRESSE Philippe

Enseignants : AUDUBERT Philippe , MAIRESSE Philippe , MOINARD Christian

≡ 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 une connaissance profonde 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.

≡ COMPÉTENCES VISÉES PAR LE COURS

LG02 - Analyse : Analyser des situations complexes

LG04 - Action : Etre force de proposition, prendre des initiatives

LG05 - Action : Evaluer, prévenir et gérer les risques à court, moyen et long terme

LG07 - Entrepreneuriat et innovation : Identifier les besoins et élaborer une offre pertinente

LG14 - Coopération : Travailler en équipe

≡ 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

Lecture et préparation régulière des cours

Participation active lors des différentes présentations.

Apprentissage des nouveaux concepts

Exercices

≡ 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.

Sites de centres de ressource du spectacle vivant

- Centre national de la danse (CND)
www.cnd.fr
- Centre national du mime
www.mime.org
- Centre national du théâtre (CNT)
www.cnt.asso.fr
- Cité de la musique (concerts, musée, documentation, pédagogie) www.cite-musique.fr
- HorsLesMurs (Association nationale pour le développement des arts de la rue et des arts de la piste)
www.horslesmurs.fr
- Irma (Centre d'information et de ressources pour les musiques actuelles)
www.irma.asso.fr
- Institut international de la marionnette (IIM) www.marionnette.com
- Association nationale des théâtres de marionnettes et des arts associés (THEMAA) www.themaa.com
- La Culture.info : spectacle vivant en Europe – performing arts in Europe
www.laculture.info
- Maison des cultures du monde (MCM) www.mcm.asso.fr
- Maison du hip-hop www.maisondhiphop.com
- MondOral : littérature orale, conte, arts du récit...
www.mondoral.org
- Office national de diffusion artistique (ONDA)
www.onda.fr
- Répertoire des arts du spectacle
<http://rasp.culture.fr>
- Réunion des opéras de France (ROF, ex-RTLFF)
www.rof.fr

≡ MÉTHODE D'ÉVALUATION

40 % : Etude de cas - Christian MOINARD
60 % : EXAMEN - Philippe AUDUBERT

≡ SÉANCES

1 Analyse financière appliquée aux organisations culturelles 1 et 2 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 événementielle 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 événementielle 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 travail (durée légale, rythmes et amplitudes)
Les contrats de travail, CDI, CDI, 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

6

Organisation événementielle 4

COURS : 06h00

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

7

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 : MAIRESSE Philippe

Enseignants : CHARLES-TEMPLE Tamara , LAGUITTON Guillaume , NOEL Laurent , PILET Jean-François

≡ 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 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 LE COURS

LG01 - Analyse : Développer un esprit critique

LG03 - Analyse : Adopter des approches transversales

LG05 - Action : Evaluer, prévenir et gérer les risques à court, moyen et long terme

LG10 - RSO : Identifier et comprendre les enjeux des parties prenantes

LG14 - Coopération : Travailler en équipe

≡ 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 project
Project presentation
Balance between academic knowledge and work experiences

≡ TRAVAIL ATTENDU

Préparation régulière du cours

Participation active lors des différentes présentations.

Apprentissage des nouveaux concepts

≡ 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. Gombrich, 1950 réédité chez Phaidon

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-Duvaurox, 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

≡ MÉTHODE D'ÉVALUATION

50 % : Examen - Laurent NOEL

25 % : Etude de cas - Laurent NOEL

25 % : Etude de cas - Tamara CHARLES

≡ SÉANCES

1 Organisation et stratégies des musées 1, 2 et 3

COURS : 00h00

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 Les marchés de l'art 1 et 2

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

3 Gestion événementielle 1, 2 et 3

COURS : 00h00

Dans le module il y a trois cours dédiés à la gestion événementielle, et plus spécifiquement à un événement Nantais exporté par tout dans le monde: Les folles journées.

4 Gestion technique 1 et 2

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

Nombre de crédits : 4

Langue d'enseignement : Français

Responsable du cours : MAIRESSE Philippe

Enseignants : ARLETTE-ELLIOTT Anne-Sophie , HOSTIOU Armel , JACOMET Emmanuel , LEFEUVRE Gildas , MAIRESSE Philippe

≡ 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 définies 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 LE COURS

LG02 - Analyse : Analyser des situations complexes

LG03 - Analyse : Adopter des approches transversales

LG04 - Action : Etre force de proposition, prendre des initiatives

LG10 - RSO : Identifier et comprendre les enjeux des parties prenantes

LG15 - Coopération : Faire preuve d'agilité : adaptation, curiosité, proactivité

≡ 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

≡ BIBLIOGRAPHIE

"Les programmes audiovisuels" DANARD, Benoît 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

≡ MÉTHODE D'ÉVALUATION

100 % : Examen

≡ SÉANCES

1**Industries culturelles**

COURS : 03h00

Industries culturelles et créatives, définitions et débats**2****la production cinématographique**

COURS : 03h00

Produire un film et rentabilité**3****Le secteur musical 1 et 2**

COURS : 06h00

Le secteur musical: évolution et perspectives**4****Entreprise du numérique 1 et 2**

COURS : 06h00

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**Production vidéo 1 et 2**

COURS : 06h00

Le Vidéo Clip, de la création à sa diffusion**6****L'edition du livre 1 et 2**

COURS : 06h00

Marketing et marchés dans le monde du livre

Nombre de crédits : 4

Langue d'enseignement : Français

Responsable du cours : MAIRESSE Philippe

Enseignants : BOISTARD Eric , DANARD Benoit , NOEL Laurent

≡ 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 LE COURS

LG01 - Analyse : Développer un esprit critique

LG03 - Analyse : Adopter des approches transversales

LG04 - Action : Etre force de proposition, prendre des initiatives

LG10 - RSO : Identifier et comprendre les enjeux des parties prenantes

LG15 - Coopération : Faire preuve d'agilité : adaptation, curiosité, proactivité

≡ 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

≡ BIBLIOGRAPHIE

"La gestion du patrimoine culturel" GREFFE, Xavier Anthropol

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 dilemma - 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.

≡ MÉTHODE D'ÉVALUATION

80 % : Examen - Laurent NOEL

20 % : Contrôle continu

≡ SÉANCES

1 Economie de la culture 1

COURS : 03h00

Introduction. À la fin de ce cours étudiants pourront comprendre l'environnement de la culture et plus spécifiquement l'économie de la culture.

2 Economie de la culture 2

COURS : 03h00

Poids économique de la culture de la culture en France : équilibres et agrégats

3 Economie de la culture 3

COURS : 03h00

Le spectacle vivant

4 Economie de la culture 4

COURS : 03h00

Les industries culturelles

5 Economie du cinéma 1 et 2

COURS : 06h00

L'économie dans l'industrie cinématographique.

6 Economie du livre 1 et 2

COURS : 06h00

Comment concilier l'édition des livres et l'économie.

7 Mécénat et partenariat

COURS : 03h00

Dans le module il y a une séance de trois heures dédiés au mécénat et au partenariat

8 L'administration d'un théâtre

COURS : 03h00

Le cas spécifique de la gestion économique d'un théâtre.

Nombre de crédits : 4**Langue d'enseignement :** Français**Responsable du cours :** MAIRESSE Philippe

≡ 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 sur le patrimoine culturel français.

≡ COMPÉTENCES VISÉES PAR LE COURS

LG01 - Analyse : Développer un esprit critique
LG06 - Action : Agir dans une langue étrangère dans un contexte professionnel
LG10 - RSO : Identifier et comprendre les enjeux des parties prenantes
LG11 - RSO : Discerner les enjeux éthiques et agir selon des considérations éthiques
LG13 - Coopération : Communiquer et interagir

≡ 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 données par des experts, suivies des visites des endroits stratégiques.

≡ TRAVAIL ATTENDU

Participation active et assidue.

≡ BIBLIOGRAPHIE

- ALAOUÏ (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

≡ MÉTHODE D'ÉVALUATION

80 % : Evaluation Ecole du Louvre
20 % : Contrôle continu : note de participation

≡ SÉANCES

1**Le marché de l'art à Londres**COURS : 00h00

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 : 00h00

Bilbao case study
Bilbao metropoli 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 : 00h00

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

Nombre de crédits : 4

Langue d'enseignement : Français

Responsable du cours : MAIRESSE Philippe

Enseignants : GREBERT MARTHA , MAIRESSE Philippe , NOEL Laurent , PIERRE Julien , SAURIER Delphine

≡ 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.

≡ COMPÉTENCES VISÉES PAR LE COURS

LG01 - Analyse : Développer un esprit critique

LG04 - Action : Etre force de proposition, prendre des initiatives

LG08 - Entrepreneuriat et innovation : Oser prendre des risques dans le cadre d'un projet

LG12 - RSO : Arbitrer en fonction des considérations économiques, sociétales et environnementales

LG14 - Coopération : Travailler en équipe

≡ 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

≡ 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).

≡ BIBLIOGRAPHIE

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

≡ MÉTHODE D'ÉVALUATION

100 % : Soutenance

≡ SÉANCES

1

PRESENTATION DES PROJETS

COURS : 00h00

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 14 mai prochain.

Suivi : double tutorat

2**Desition sur le project**

COURS : 03h00

Etude : Gestion de projet appliquée

3**Etude : Gestion de projet appliquée**

COURS : 00h00

Selon le rythme imposé par les avancés de l'étude et du projet

4**Soutenance**

COURS : 03h00

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.
