

SCC1920_3A_ELE04

STRATÉGIES DE PROGRAMMATION

Nombre de crédits : 3

Langue d'enseignement : Français

Responsable du cours : PRUSKER ESTELLE

Enseignants : BENOIT Nicolas

≡ DESCRIPTION DU COURS

Ce cours électif présente les bases de la compréhension des techniques et méthodes de la programmation en télévision dans un contexte de forte transformation du secteur audiovisuel (délinéarisation, émergence des plateformes VOD,...).

≡ OBJECTIF DU COURS

Cet enseignement a pour vocation de donner aux étudiants des éléments de compréhension et pilotage de la programmation audiovisuelle.

≡ LEARNING OBJECTIVES

Learning goals C4B	LG1 - Analyse
Learning objectives C4B	LO1 - Développer un esprit critique
Outcomes	Niv. 0 - Niv. 0 - NC
Learning goals C4B	LG2 - Action
Learning objectives C4B	LO4 - Etre force de proposition, prendre des initiatives
Outcomes	Niv. 0 - NC
Learning goals C4B	LG3 - Entrepreneuriat et innovation
Learning objectives C4B	LO7 - Identifier les besoins et élaborer une offre pertinente
Outcomes	Niv. 0 - NC
Learning goals C4B	LG4 - RSO
Learning objectives C4B	LO10 - Identifier et comprendre les enjeux des parties prenantes
Outcomes	Niv. 0 - NC

≡ CONCEPTS ENSEIGNÉS

Stratégie de programmation - Délinéarisation - Offre et positionnement éditorial
Environnement et contraintes de programmation -

≡ MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Apport théoriques, méthodologiques, études de cas

≡ TRAVAIL ATTENDU

Acquisition des principales notions présentées

Interaction en séance et contribution aux études de cas

≡ BIBLIOGRAPHIE

≡ MÉTHODE D'ÉVALUATION

40 % : Contrôle continu

60 % : Contrôle terminal

≡ SÉANCES

1

JOUR 1

COURS : 06h00

Ce planning est donné à titre indicatif et pourra faire l'objet de modifications

Introduction

- Qu'est ce qu'un projet media en 2018 ?
- La télévision est-elle morte?
- Tout en délinéarisée ?
- Envisager une offre complète et viser l'hyper-distribution

Savoir se positionner et exister

(le travail de base d'une offre media)

- Connaître le motivations et racines du projet media
 - Connaître son public
 - Analyser la concurrence
 - Trouver son positionnement
 - Construire l'offre
-

2

JOUR 2

COURS : 06h00

Construire une grille de programmes

(élaborer un continuum)

- Définition
 - Les temps forts d'une grille
 - Les différents types de programmes
 - Différents types de programmation
-

3

JOUR 3

COURS : 06h00

Stratégie de programmation : décliner ses thématiques

- Segmenter son offre
- Organiser le linéaire et le non-linéaire

Les contraintes de la Programmation

- L'environnement légal
 - L'environnement politique et social
-

La stratégie de Programmation

- Définir des blocs de programmes
 - Penser les rediffusions
 - Créer un habillage en rapport avec la chaîne
 - Fluidifier l'antenne et la rendre lisible
 - Penser l'auto promotion et la publicité
 - Incarner la chaîne et l'antenne
 - Adapter et thématiser sa grille de programmes
 - Pratiquer la contre-programmation
 - Privilégier les programmes fidélisant
-