

MASTER 2 INFORMATION COMMUNICATION

PARCOURS-TYPE ADMINISTRATION ET COMMUNICATION DES ACTIVITES CULTURELLES (ACAC)



- **Titre du cours** : Economie des industries culturelles à l'ère numérique
- **Crédits ECTS** : 2
- **Langue d'enseignement** : Français
- **Modalité pédagogique** : Présentiel
- **Total heures** : 6
- **Heures de travail personnel par étudiant** : Non estimé.
- **Responsable de la formation** : Martine Regourd
- **Responsable du cours** : Charlotte Carrier

DESCRIPTION

- **Présentation :**

Pour comprendre les enjeux du développement des ressources propres des institutions culturelles, les responsables de demain devront maîtriser et comprendre les mécanismes financiers d'un établissement culturel et connaître les étapes et les grands principes qui structurent une stratégie d'approche de mécènes et partenaires.

Fondé sur l'exploration d'exemples tirés de la stratégie globale de mécénat mise en place au musée du Louvre, ce cours traite des différentes approches de financement possibles incluant le mécénat, le parrainage, l'association d'image, le cobranding et la licence de marque.

Durant la dernière partie du cours, les étudiants se verront proposer un travail de groupe. Ils présenteront à l'oral les axes stratégiques d'une politique de développement des ressources et devront défendre et promouvoir leur positionnement.

- **Lien avec le programme :**

En quoi est-il pertinent au sein des autres cours ?

Après une période particulièrement difficile pour les institutions culturelles, les exigences autour des questions de financement se sont renforcées. Au cœur de l'ensemble des missions des structures culturelles, le mécénat et plus largement l'ensemble des stratégies de collecte de fonds apportent une forme de pérennité financière, mais surtout le moyen de développer des projets nombreux et variés (projets d'exposition, d'éducation artistique et culturelle, restauration, résidence d'artistes etc.) Le mécénat s'inscrit au carrefour des compétences financières, juridiques et communication.

- **Objectifs d'apprentissage :**

A l'issue de ce cours, l'étudiant est capable de :

- Comprendre les mécanismes financiers d'un établissement culturel
- Définir une stratégie de partenariat privé
- Bâtir une stratégie d'approche des entreprises partenaires

- **Compétences transverses :**

- **Compétences managériales**

Sont-elles abordées, préparées, renforcées ?

Oui :

- Défendre un projet
- Elaborer un argumentaire
- Convaincre des partenaires de haut niveau

- **International**
Ce cours prépare-t-il aux interactions à l'international ?
Oui, à travers des exemples concrets tirés de la stratégie de développement à l'international du Musée du Louvre (Louvre Abu Dhabi, nombreux mécènes et partenaires internationaux)
- **Responsabilité sociale et environnementale**
Ce cours aborde-t-il les thématiques liées à la RSE ?
Oui. Les enjeux RSE embrassent de nombreux sujets : égalité homme-femme, écologie, accessibilité, charte éthique. Qu'ils soient portés par la direction, la communication ou les salariés, ils impactent fortement la stratégie de mécénat.

- **Pré-requis :**

Que faut-il maîtriser avant de commencer ce cours ?

Une vision globale du fonctionnement du secteur culturel et de ses enjeux

- **Contenu, organisation :**

Quels documents sont mis à disposition des étudiants ? Par quel biais ?

Le PPT de présentation du cours sera mis à la disposition des étudiants à l'issue du cours.

- **Modalités d'évaluation :**

Contrôle continu / continu terminal :

Pas d'évaluation

- **Bibliographie :**

- Françoise Benhamou : L'Économie de la culture, La Découverte, coll. Repères, 2004
- Vincent Dubois : la culture comme vocation, raison d'agir, 2013
- Vincent Dubois : La politique culturelle, Belin 1999
- Francis Haskell : Mécènes et peintres, Gallimard, 1991

Clause de non-responsabilité

Les informations fournies dans ce syllabus sont provisoires et peuvent être modifiées. Les modifications du plan de cours seront annoncées en classe.