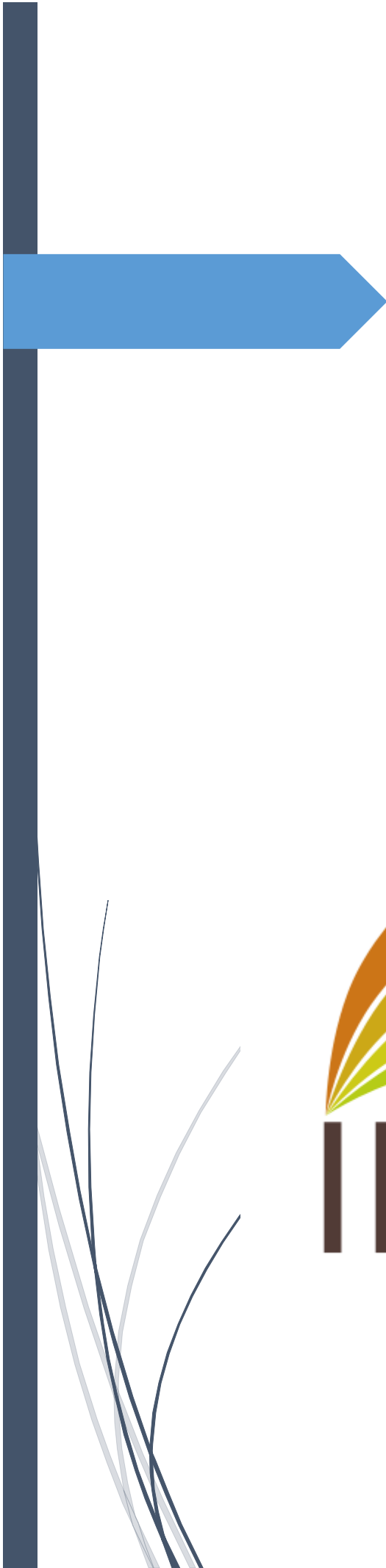


A thick dark blue vertical bar runs down the left side of the page. A blue arrow points to the right, overlapping the bar at the top.

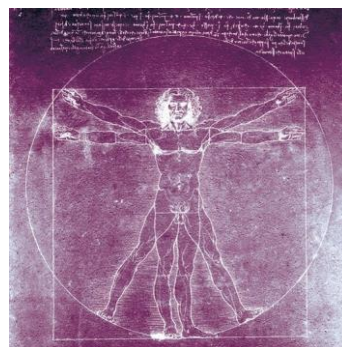
Référentiel de formation – MASTERE EUROPEEN MANAGEMENT DE PROJETS CULTURELS



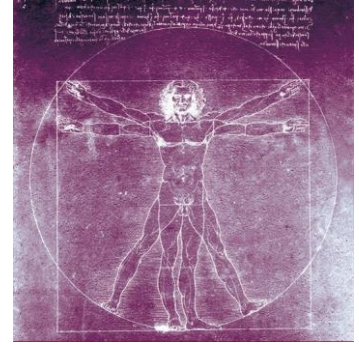
International
Network ^{for}
Standardization of
Higher Education
Degrees

INSHED

Table des matières



Introduction	3
I – MASTERE EUROPEEN 1	6
Première année - Semestres 7 et 8	6
II – MASTERE EUROPEEN 2	19
Deuxième année - Semestres 9 et 10	19



Introduction

Concevoir et piloter des actions culturelles, concilier des offres culturelles originales, novatrices et créatives avec des demandes institutionnelles ou industrielles, prévoir des moyens à mettre en œuvre, gérer, assurer le contrôle administratif, budgétaire et juridique des projets... Le master **management de projets culturels** conduit à définir des stratégies de communication marketing et de management afin de mettre en relation une œuvre ou une production culturelle avec un public.

Le **manager de projets culturels** conçoit, organise, met en œuvre des projets qui ont pour vocation de valoriser et de promouvoir une œuvre, une institution ou une région. Manager un projet culturel signifie donc coordonner des acteurs et des actions dans un souci d'efficacité et de rentabilité.

Le **manager de projets culturels** possède une vision globale d'un projet dont il a la responsabilité. Il coordonne l'ensemble du projet, supervise et assume la responsabilité du suivi et du bilan des actions de médiation. Son action s'inscrit dans une approche sociologique, économique et artistique du public à travers la prise en compte de ses besoins et de ses centres d'intérêts. Il développe des marchés et veille à la pérennisation et au renouvellement de l'offre culturelle.

Il peut exercer au sein de structures privées, associatives ou relevant d'institutions publiques.

L'organisation des manifestations culturelles s'articule autour d'une double compétence : posséder de solides connaissances dans le domaine culturel et maîtriser les fondamentaux en matière de management. Le manager de projets culturels se positionne comme un expert capable de gérer des projets, de leur conception à l'étape finale de leur programmation. Il doit être curieux, ouvert à la nouveauté et à l'originalité, mais aussi, capable de prendre les responsabilités et les décisions qui s'imposent. Il doit savoir convaincre et rassurer les artistes, les organisateurs, les financeurs.

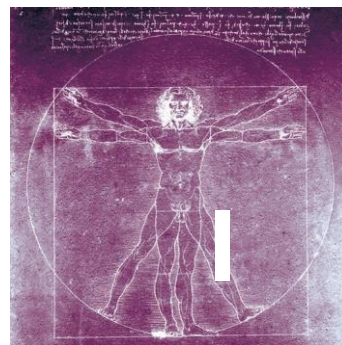
Pour ce faire, le **manager de projets culturels** doit faire preuve des compétences suivantes :

- imaginatif, mais aussi précis et rigoureux, comme l'exige un métier technique,
- informé de l'évolution des concepts, des technologies, des modes,
- à l'écoute des besoins du client dans le respect des contraintes budgétaires, culturelles et commerciales,
- apte à dégager les priorités,
- capable de se remettre en cause et de savoir déléguer,
- disponible et ouvert à la communication avec ses collaborateurs.

UE1 Enseignement général				
Éléments	Mastère 1 ^{ère} année		Mastère 2 ^{ème} année	
	Modules M1		Modules M2	
	Semestre 7	Semestre 8	Semestre 9	Semestre 10
UE1a Culture d'entreprise	UE1a.7.1 Information et communication <i>(3 ects)</i>	UE1a.8.1 Aspects juridiques <i>(1 ects)</i>	UE1a.9 Actualité culturelle <i>(2 ects)</i>	UE1a.10 Actualité culturelle <i>(1 ects)</i>
	UE1a.7.2 Actualité culturelle <i>(1 ects)</i>	UE1a.8.2 Designer en free lance <i>(3 ects)</i>		
UE1b Anglais professionnel	UE1b.7 Révisions <i>(6 ects)</i>	UE1b.8 Presse artistique <i>(4 ects)</i>	UE1b.9 Argumentaire professionnel <i>(6 ects)</i>	UE1b.10 Mémoire de stage et soutenance <i>(3 ects)</i>
UE2 Enseignement technique				
Éléments	Mastère 1 ^{ère} année		Mastère 2 ^{ème} année	
	Modules M1		Modules M2	
	Semestre 7	Semestre 8	Semestre 9	Semestre 10
UE2a Méthodologie et outils	UE2a.7 Marketing et communication commerciale <i>(4 ects)</i>			
UE2b Compétences professionnelles	UE2b.7 Expression plastique <i>(6 ects)</i>	UE2b.8 Expression graphique <i>(4 ects)</i>	UE2b.9 Projet de management personnel <i>(10 ects)</i>	UE2b.10 Projet de management personnel <i>(6 ects)</i>

UE3 Enseignement professionnel				
Éléments	Mastère 1 ^{ère} année		Mastère 2 ^{ème} année	
	Modules M1		Modules M2	
	Semestre 7	Semestre 8	Semestre 9	Semestre 10
UE3a Enseignement professionnel	UE3a.7.1 Paysage culturel français (4 <i>ects</i>) UE3a.7.2 Institutions de la culture (4 <i>ects</i>) UE3a.7.3 Anglais appliqué à la culture (2 <i>ects</i>)	UE3a.8.1 Stratégies de communication (4 <i>ects</i>) UE3a.8.2 Paysage culturel européen (4 <i>ects</i>)	UE3a.9.1 Gestion de projets culturels (6 <i>ects</i>) UE3a.9.2 Management de projets (6 <i>ects</i>)	UE3a.10 Infographie et webdesign (6 <i>ects</i>)
		UE3b.8 Stage et mémoire (7 <i>semaines</i>) (10 <i>ects</i>)		UE3b.10 Stage et mémoire (16 <i>semaines</i>) (14 <i>ects</i>)

MASTERE 1



Première année - Semestre 7

9

Première année - Semestre 8

15

Objectifs

Cette 1ère année vise à développer les savoirs nécessaires en termes de connaissances générales et de savoir-faire spécialisés pour pouvoir prétendre à des fonctions de responsabilité et garantir l'employabilité.

L'objectif général vise à appréhender les différentes étapes de l'organisation d'un projet culturel et à comprendre les réalités économiques et les enjeux de la fonction managériale.

Première année - Semestre 7

Information et Communication

Objectifs

- Amorcer une réflexion sur le sens de l'image et sur son interprétation pour comprendre son rôle social, sa valeur et son impact selon les contextes.
- Analyser son statut discursif : dans l'espace de la communication, dans le temps du récit, dans la relation fonctionnelle au texte et à l'écriture, dans son rapport à l'imaginaire collectif, aux mythes et aux représentations culturelles.

Compétences visées

- Comprendre comment la perception visuelle engage dans une construction et une représentation du monde
- Appliquer les concepts de la sémiologie à l'analyse de l'image



Contenu théorique

Rapport de l'homme à l'image : logosphère, graphosphère et vidéosphère

- **Sémiologie** : Saussure, Peirce, Sémiologie et communication, code rhétorique et figure de style
- **Rhétorique de l'image** : Barthes, message linguistique, iconique et littéral, fonction d'ancrage et de relais, connotation et dénotation
- **Signe iconique et signe plastique** : les signes graphiques, le groupe μ , signes iconiques, signes plastiques spécifiques et non spécifiques, grille d'analyse

Évaluation

Examen final : QCM et QCU

Actualité culturelle

Objectifs

- Confronter la production et la réception d'une œuvre artistique prise dans l'actualité du moment
- Étudier des écrits d'artistes, de designer et des écrits sur l'art en général et sur le design
- Mettre en œuvre la confrontation et le débat d'idées

Compétence visée

- Enrichir sa réflexion personnelle sur les problématiques actuelles portant sur l'art au sens large, sur le design et sur leur histoire



Contenu théorique

- Créer des dossiers et des revues de presse culturels : événements culturels et artistiques forts de l'année
- Mettre en place une procédure de veille et d'observation culturelles et artistiques

Évaluation

Examen final : QCM et QCU

Anglais : révisions

Objectif

- **Communiquer en anglais** : s'exprimer sur des sujets divers, produire des textes clairs en variant sa formulation, lire des textes en identifiant les éléments essentiels, comprendre avec une certaine aisance des supports variés (exposés, documentaires, dvd, etc.).

Compétence visée

- Perfectionner le niveau B2 du cadre européen de référence
-



Contenu théorique

- **Grammaire** : révisions des bases pour le niveau B1 du cadre européen de référence
- **Lexique** : développer et varier le vocabulaire général

Évaluation

Examen final : texte à compléter, essai personnel

Marketing et communication commerciale

Objectifs

Ce module est une passerelle entre les études et le monde professionnel en étudiant les méthodes marketing permettant de déterminer les actions à mettre en œuvre pour concevoir des produits lors de l'entrée en activité.

Il s'agit de connaître les politiques et les bonnes conduites à adopter et de s'initier au droit de l'information et de la communication en incitant à une réflexion sur les enjeux éthiques de toute communication.

Compétences visées

- Acquérir les notions de base des études marketing
- Savoir utiliser le type d'étude approprié
- Savoir exploiter et évaluer les résultats
- Analyser l'entreprise, son marché et son évolution
- Élaborer un plan marketing cohérent, selon les contraintes de l'entreprise

- Assurer un avantage concurrentiel durable
- Connaître la législation relative au droit de l'information et de la communication



Contenu théorique

- Les besoins : motivation et freins
- Le comportement d'achat et sa modélisation
- Les méthodes qualitatives d'enquête et l'interprétation des données recueillies
- Les études descriptives ponctuelles, permanentes et le traitement des données d'enquête
- Les études de marché causales et l'analyse statistique des résultats d'expérimentation
- Le choix d'une stratégie de développement
- La compétitivité et l'avantage concurrentiel
- Les objectifs et les choix fondamentaux d'une stratégie marketing
- Le plan marketing
- La stratégie de communication
- La stratégie de distribution
- La stratégie de prix
- La stratégie de produit
- Droit de l'information et de communication

Évaluation

Examen final : QCM et QCU

Expression plastique

Objectifs

- Améliorer et entretenir sa formation plastique pour réaliser des productions fortes et personnelles
- Poser les lignes d'un visage, d'un corps, d'un objet...

Compétences visées

- Perfectionner les compétences techniques en croquis et en dessin

- Varier les composantes du dessin (support, outils, cadrage, couleur, noir et blanc, contrastes...) pour renforcer l'expression et l'image



Contenu théorique

- Méthodologie de travail
- La couleur, la figuration, la lumière, la matière, les outils et le medium, les perspectives, les proportions, les rythmes, les techniques additives ou soustractives, les séries, le trait

Évaluation

- **Examen final** : un projet, en lien avec l'UE2b8, est présenté en soutenance orale.

Paysage culturel français

Objectifs

- Comprendre les spécificités de l'environnement culturel pour concevoir des projets en partenariat avec les institutions
- Acquérir les outils théoriques et méthodologiques pour développer les compétences nécessaires à la gestion et la communication événementielles
- Comprendre les enjeux de l'événementiel
- Amorcer une réflexion sur l'intégration des œuvres du patrimoine, de l'art moderne et contemporain dans les structures publiques ou privées, les fondations, les halls, l'événementiel...

Compétences visées

- Se familiariser avec la réalité culturelle et artistique.
- Connaître les nouvelles offres culturelles et de création artistique.
- Appréhender des stratégies de promotion culturelle.
- Maîtriser les rouages institutionnels.
- Distinguer les différents types d'événements.
- Maîtriser les éléments fondamentaux de la scénographie événementielle : analyse des besoins, choix artistiques, recherches documentaires, mise en place et mise en scène de l'événement.
- Acquérir des connaissances historiques et théoriques sur l'histoire des expositions et l'évolution de leurs concepts et de leurs scénographies en fonction de différents contextes.
- Comprendre comment s'articulent le concept, la mise en œuvre matérielle et la relation au public.

- Concevoir différentes modalités d'exposition en fonction de contextes divers.



Contenu théorique (*susceptible de modifications*)

- **L'environnement culturel**

- Les lieux de diffusion : musées, maisons d'édition spécialisées, salons, festivals... - Les institutions : FRAC, FIAC, DRAC...

- Les agences et associations d'événementiel

- **Introduction à l'événementiel**

- Art et culture : musées et patrimoine

- Sport et danse

- Théâtre et art de la scène : spectacle vivant

- Médiation du livre et de la lecture

- Humanitaire et caritatif

- Mécénat et sponsoring

- Business events

- **Expositions et muséographie**

- Quelques données théoriques : dispositif, déplacement et réimplantation, exposer et juxtaposer des œuvres

- Quelques jalons de l'histoire des expositions et des muséographies : lieux d'exposition et évolution du statut de l'artiste jusqu'au 17^{ème}, essor des lieux d'exposition au 18^{ème}, évolution conceptuelle à partir du 19^{ème}, lieux d'exposition épurés, flexibles et neutres au 20^{ème}, quelques novateurs

- Conception et mise en œuvre des expositions : cartels, notices, éléments biographiques, in situ, approche par l'exemple, méthodologie

Évaluation

Examen final : QCM + études de cas, transfert des connaissances pour le projet personnel

Institutions de la culture

Objectifs

-
- Comprendre l'organisation des institutions culturelles en France
 - Réfléchir à l'évolution des politiques publiques culturelles françaises

Compétences visées

- Connaître l'environnement institutionnel national et professionnel de la culture, de la création artistique et de leurs publics
- Connaître la définition et la gestion de projets propres à chaque institution culturelle, en liaison avec son histoire et son environnement socio-économique



Contenu théorique (susceptible de modifications)

- Politiques de la ville
- Politiques culturelles en France depuis 1945
- Commandes publiques
- Administration des institutions de la culture
- Fiscalité des activités culturelles

Évaluation

Examen final : QCM + études de cas, transfert des connaissances pour le projet personnel

Anglais appliqué à la culture

Objectif

- Utiliser l'anglais en tant que langue de communication appliquée au monde de la culture

Compétences visées

- S'exprimer en anglais avec les bons termes sur les points techniques de la réalisation d'un projet artistique
- Communiquer sur un projet avec des partenaires internationaux : artistes, professionnels de la culture
- Assimiler le vocabulaire depuis la relation à l'artiste et l'œuvre en passant par la mise en place des œuvres dans l'espace culturel approprié



Contenu théorique (susceptible de modifications)

- Techniques rédactionnelles professionnelles

- Lexique propre aux différentes industries culturelles : musique, arts visuels, arts du spectacle, médias...
- Conversations professionnelles

Évaluation

Examen final : QCM + études de cas, transfert des connaissances pour le projet personnel

Première année - Semestre 8

Aspects juridiques

Objectifs

-
- Maîtriser les textes juridiques relatifs à la propriété intellectuelle littéraire, artistique et industrielle.
 - S'inscrire dans une réflexion sur les enjeux éthiques de toute communication.

Compétences visées

-
- Connaître et appliquer la législation relative aux droits d'auteur.
 - Connaître et appliquer la législation relative au droit à l'image et à la propriété industrielle.



Contenu théorique

-
- **La législation** : droit d'auteurs, droit des contrats, cessions de fichiers, droit de presse
 - **La protection industrielle et intellectuelle** : définitions, modalités, protection internationale
 - **Modèle juridique appliqué à la création d'entreprise** : questionnement et mise en œuvre

Évaluation

Examen final : QCM et QCU

Designer en free-lance

Objectif

- Maîtriser les aspects juridiques des designers indépendants.

Compétence visée

- Connaître et appliquer la législation relative au designer en free lance.



Contenu théorique

- Déclaration de l'activité
- Statut d'artiste-auteur
- Autres statuts possibles
- Aides
- Fonds de commerce
- Impôts
- Autres démarches
- Propriété artistique et littéraire
- Plan marketing

Évaluation

Examen final : QCM et QCU

Anglais

Objectif

- Communiquer en anglais, dans le contexte du monde de l'art.

Il s'agit de s'exprimer sur des sujets artistiques, de produire des textes en variant sa formulation, de lire des textes spécialisés plus ou moins longs en identifiant les éléments essentiels, de comprendre avec une certaine aisance des supports variés (exposés, documentaires, dvd, etc.).

Compétence visée

- Perfectionner le niveau B2 du cadre européen de référence



Contenu théorique

- **Presse artistique** : textes ou vidéos en langue anglaise portant sur des artistes contemporains de tous horizons et de toutes nationalités

Évaluation

Examen final : Textes à compléter + essai personnel

Expression graphique

Objectif

- Approfondir ses connaissances dans le domaine de la création de polices de caractères et de la communication scripto-visuelle.

Compétence visée

- Maîtriser l'expression graphique et la mise en page de documents divers.



Contenu théorique

- Morphologie du signe
- Classification des caractères
- Mariages typographiques
- Noir et blanc
- Micro et macro-typo
- Typographie et calligraphie
- Lettrage
- Alphabet et police de caractères
- Lisibilité et visibilité
- Petit œil et grand œil
- Référent, signifiant, signifié
- Design de communication
- Stratégie de communication

Évaluation

Examen final : projet, en lien avec l'UE2b7, présenté en soutenance orale

stratégies de la communication

Objectifs

- Concevoir une stratégie de communication
- Proposer des opérations de communication adaptées aux demandes
- Contribuer à la création de contenus et de formes innovantes de communication

Compétences visées

- Élaborer et suivre des projets de communication
- Gérer les relations avec les prestataires
- Créer et développer une clientèle
- Participer à l'organisation de la veille opérationnelle
- Savoir communiquer sur un projet culturel



Contenu théorique

Communication globale

Communication corporate

- Communication événementielle
- Communication de crise
- Communication financière
- Communication publique et politique
- Communication de luxe
- Communication culturelle
- Communication interne
- Les nouvelles tendances

Évaluation

Examen final : QCM + études de cas, transfert des connaissances pour le projet personnel

Paysage culturel européen

Objectifs

- Connaître les politiques culturelles européennes
- Percevoir les enjeux contemporains dans leurs dimensions artistiques, sociologiques, économiques

Compétences visées

- Comprendre le fonctionnement des milieux et institutions culturels européens
- Connaître les offres culturelles et de création artistique européennes
- Assurer une fonction de veille stratégique qui permet de repérer les évolutions culturelles et les tendances qui se font jour au niveau européen



Contenu théorique (susceptible de modifications)

- Institutions européennes
- Partenariats et financements culturels européens
- Événements européens majeurs et phénomène festivalier en Europe
- Enjeux culturels et économiques
- Médias européens

Évaluation

Examen final : QCM + études de cas, transfert des connaissances pour le projet personnel

Stage et mémoire

Objectifs

- Développer l'autonomie du travail sur un projet précis
- Se responsabiliser par une maîtrise de la gestion du temps et des moyens
- Rédiger un texte sur un travail accompli

Compétences visées

- Mettre les acquis théoriques en pratique
- Développer le sens de l'initiative
- Prendre du recul sur sa pratique à travers un travail de rédaction lié à son expérience dans un cadre pré professionnel



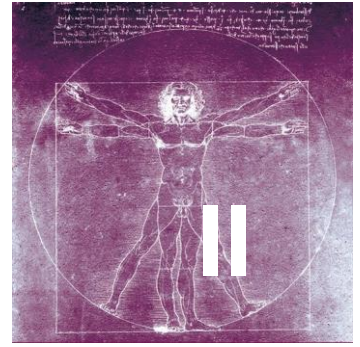
Contenu théorique

- Le stage est obligatoire. D'une durée de 7 semaines minimum, il doit permettre de valider le projet personnel.
- Le mémoire témoigne de la capacité à collecter des données de terrain et à les organiser sous une forme personnelle et rédigée.
- Le mémoire, d'une trentaine de pages détermine une problématique précise dans le cadre du global design, le terrain de recherche, les applications et les travaux ainsi qu'une bibliographie.

Évaluation

Examen final : mémoire et soutenance orale

MASTERE 2



Deuxième année - Semestre 9

19

Deuxième année - Semestre 10

22

Objectifs

La seconde année du Mastère est orientée sur la conception et la réalisation d'un projet culturel personnel. Une problématique est dégagée et un projet résultant d'une réflexion conduite à terme et s'appuyant sur les recherches menées au cours des semestres précédents est finalisé.

L'objectif général vise à maîtriser la gestion des projets culturels dans une approche globale et intégrée.

Deuxième année - Semestre 9

Actualité culturelle

Objectifs

- Confronter la production et la réception d'une œuvre artistique prise dans l'actualité du moment
- Étudier des écrits d'artistes, de designer et des écrits sur l'art en général et sur le design
- Mettre en œuvre la confrontation et le débat d'idées

Compétence visée

- Enrichir sa réflexion personnelle sur les problématiques actuelles portant sur l'art au sens large, sur le design et sur leur histoire



Contenu théorique

- Créer des dossiers et des revues de presse culturels : événements culturels et artistiques forts de l'année
- Mettre en place une procédure de veille et d'observation culturelles et artistiques

Anglais professionnel

Objectifs

- Élaborer, développer et présenter en anglais ses recherches de stage et ses argumentaires professionnels.

Compétence

- Utiliser l'anglais dans la vie professionnelle.

Contenu théorique

Mettre en place un dossier de recherche de stage

- Établir un lexique des termes liés au domaine professionnel visé • Préparer des argumentaires en anglais
-

Projet professionnel de management culturel

Objectifs

- Amorcer un travail de recherche sur un projet culturel
- Réajuster ses réflexions et ses recherches dans un souci de cohérence et de pertinence

Compétences visées

- Réfléchir à une mise en application des compétences théoriques
- Prendre en compte les divers paramètres liés à la conception globale dans une approche systémique
- Réajuster ses créations en fonction des conseils des professionnels
- Rédiger un dossier client, un cahier des charges et une fiche projet



Contenu théorique

Pour élaborer le **projet culturel** qui sera présenté à l'examen final de M2, une première réflexion est construite. Il s'agit de déterminer un projet (spectacle, salon, forum, exposition...) et un domaine (spectacle vivant, diffusion du livre, patrimoine,...) et d'amorcer la réflexion sur la prise en charge totale de son organisation : mettre en place une stratégie, définir une enveloppe budgétaire, évaluer les moyens humains et logistiques, ...

Les réflexions, l'avancée du projet, les esquisses sont consignées dans un dossier client illustré. Un tuteur suit la progression de ces recherches qu'il guide de ses conseils et de ses remarques.

Gestion d'un projet culturel

Objectifs

-
- Définir et conduire un projet culturel
 - Mettre en œuvres des actions cohérentes au regard de leur inscription dans le cadre territorial, économique et social, et innovantes au regard des évolutions culturelles ou artistiques

Compétences visées

-
- Définir des modalités de production et d'administration d'un projet
 - Participer à la qualité artistique du projet
 - Monter le plan de financement d'un projet
 - Négocier des subventions, des conventions



Contenu théorique

- Économie de la culture
- Ingénierie du projet culturel
- Méthodologie de l'évaluation
- Partenariats et financements culturels
- Montage de dossiers de subvention
- Gestion budgétaire et financière du projet

- Notion de comptabilité

Évaluation

Examen final : QCM + études de cas, transfert des connaissances pour le projet personnel

Management de la culture

Objectif

-
- Conduire et gérer la participation des différents acteurs internes et externes qui collaborent à la création et au développement du projet culturel, d'une part en respectant les objectifs préalablement définis, et d'autre part, en tenant compte des intérêts individuels et collectifs, en fédérant les personnes et en favorisant leur implication.

Compétences visées

-
- Développer une vision globale du management de projets culturels
 - Pratiquer les méthodes de management adaptées durant les différentes phases du projet
 - Connaître les caractéristiques et le fonctionnement de l'animation des équipes
 - Piloter un projet en prenant en compte la visibilité de l'avancement et de ses points critiques
 - Développer une approche méthodique de la gestion de projet
 - Mettre en œuvre une volonté d'innover en prenant en compte les marchés et en mettant en place des processus adaptés



Contenu théorique (susceptible de modifications)

-
- **Notions générales** : différents styles de management, outils du management, gestion de conflits, conduite de réunion, conduite du changement, gestion du temps
 - **Gestion financière du projet** : définition des éléments d'un projet, évaluation financière du projet, suivi financier, contrôle du projet
 - **L'innovation et la créativité** : FCS, théorisation de l'innovation de rupture, management de l'innovation, entreprise créative, R&D, intelligence économique
 - **La gestion d'équipes dans le projet culturel** : enjeux, des contraintes du projet à la motivation de l'équipe

Évaluation

Examen final : QCM + études de cas, transfert des connaissances pour le projet personnel

Deuxième année - Semestre 10

Actualité culturelle

Objectifs

- Ce module s'inscrivant dans la continuité, les objectifs sont identiques à ceux proposés au semestre 9.

Compétences visées

- Les compétences visées poursuivent celles du semestre 9.
-



Contenu théorique

- Créer des dossiers et des revues de presse culturels : événements culturels et artistiques forts de l'année
- Mettre en place une procédure de veille et d'observation culturelles et artistiques y compris le design

Évaluation

Examen final : QCM et QCU

Anglais professionnel

Objectifs

- Rédiger et communiquer en anglais la totalité de son mémoire de stage de façon claire et fluide, avec une gamme étendue de vocabulaire.

Compétences visées

- Présenter un mémoire de stage en anglais

- Répondre à des questions sur son expérience pré professionnelle en anglais



Contenu théorique

Ce travail est mis en place de façon personnalisée, selon le stage de chaque candidat sur support papier et grâce à un accompagnement téléphonique régulier avec un tuteur.

Évaluation

Examen final : mémoire écrit et soutenance orale

Projet professionnel de management culturel

Objectifs

- Concrétiser, finaliser et donner une existence au travail de recherche amorcé en semestre 9.
- Développer et mettre en application une méthodologie de management de projets culturels.

Compétences visées

- Mettre en application les compétences théoriques
- Conduire un projet culturel à terme



Contenu théorique

- Les recherches, le cahier des charges ou le dossier client établis au semestre 9 donnent lieu à une conception effective. Le projet est réalisé dans son intégralité.
- Ce projet est fictif, mais il doit répondre à une demande plausible et une exploitation réalisable.
- Le candidat est libre d'utiliser les supports et matériaux de son choix du moment qu'il peut les transporter avec lui et les présenter pour la soutenance.

Évaluation

Examen final : cahier des charges et projet présentés en soutenance orale

Infographie et webdesign

Objectif

- Concevoir l'interface d'un **site Internet** comme vitrine de communication et de publicité

Compétence

- S'initier à la création de pages web



Contenu théorique

- Création de la maquette web
- Découpe de la maquette et optimisation des images
- Intégration html à l'aide d'un logiciel.
- Introduction aux pages web dynamiques

Évaluation

Examen final : réalisation d'un site web pour communiquer sur le projet graphique personnel présenté lors de la soutenance orale

Stage et mémoire

Objectifs

- Développer le sens de l'autonomie, de la responsabilisation, de la prise de décisions
- S'intégrer dans une équipe
- Rédiger un mémoire sur un travail accompli

Compétences visées

- Construire et consolider des compétences professionnelles
- Développer une culture de l'entreprise
- Initier une réflexion sur ses pratiques professionnelles



Contenu théorique

Le stage, d'une durée de 16 semaines minimum est obligatoire.

Le choix du lieu du stage est déterminé en de l'orientation professionnelle souhaitée.

Le stage alimente la réflexion exposée dans le mémoire de fin d'études. Il présente la problématique, les hypothèses et la démarche appliquée pour répondre à cette problématique et les solutions mises en place durant le stage. Il est présenté et soutenu pour l'obtention du diplôme.

Évaluation

Examen final : mémoire et soutenance orale