

## **Production du spectacle vivant (semestre 3)**

**Les cours ont lieu au Théâtre du Châtelet ou au Théâtre des Champs-Élysées.**

### **Intitulé : Gestion de production**

**Mots-clés** : direction de projet, direction de personnel, gestion artistique

**Description du contenu** : des directeurs de lieux de spectacle parisiens et européens font part de leur expérience de gestion de leur entreprise. Les différents paramètres de la gestion d'un lieu de spectacle sont pris en compte : relation avec la tutelle, direction du personnel, liaison avec les artistes, établissement des contrats, questions juridiques diverses.

**Modalité de contrôle des connaissances** : dossier et présentation orale.

### **Intitulé : Droit du travail – Gestion financière et comptable – Administration et marketing des publics**

**Mots-clés** : comptabilité, plateau, jeune public, gestion et production de spectacle

**Description du contenu de l'enseignement** : les étudiants sont en prise avec la conception et la production d'un spectacle donné en temps réel au théâtre du Châtelet. Les différents postes sont expliqués par des professionnels du théâtre : Principes de la comptabilité, réglementation et contrats spécifiques, aspects juridiques et relation avec la Ville, aspects du droit du travail dans le spectacle vivant, marketing et communication autour d'une production nationale et internationale.

**Modalité du contrôle des connaissances** : devoir sur table sur l'ensemble des matières.

**Intitulé** : Actuellement l'intitulé que je n'ai pas choisi est : **La communication de l'entreprise culturelle**. Si cela est envisageable je le ferais évoluer avec : **Marketing stratégique et communication de l'entreprise culturelle**.

**Mots-clés** : Marketing, identité de marque, médias et hors média, promotion, digital et 2.0, mécénat et partenariats privés

**Description du contenu** : Cet enseignement est conçu pour apporter une première approche marketing et communication à des étudiants qui sont souvent portés vers la sphère de métiers directement liés à la production. Il propose un premier niveau de connaissances et une grille de lecture des problématiques liées au marketing stratégique, aux nécessités de positionnement concurrentiel. Il s'attache à décrypter le plus concrètement possible et à partir d'exemples les mécanismes d'image et de communication, détaille les modalités de réalisation d'outils print et digital et enfin traite pour partie des outils et méthodes de recherche de partenariat privés dans le cadre du mécénat ou de la philanthropie.

**Evaluation des connaissances** : elle repose sur 3 critères pondérés à parts égales : exposé fait en groupe de 2 ou 3, la participation orale en cours, la remise d'un travail sur table d'environ une heure basé sur deux ou trois questions de cours.