

Socioéconomie de la culture et des médias

Infos pratiques

- > ECTS : 3,0
- > Nombre d'heures : 24,0
- > Niveau d'étude : BAC +2
- > Période de l'année : Enseignement quatrième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L4IC02P

Présentation

Dans le cadre de ce cours magistral, nous mettons en perspective les industries de la culture et de la communication, en les étudiant dans leurs dimensions sociologiques, managériales, économiques et stratégiques. Afin de mettre en exergue les fonctions clés des chaînes de valeur, les logiques économiques, la centralité de l'incertitude (Nobody Knows de Caves) et la place cardinale de l'utilisateur-consommateur dans les organisations industrielles et stratégiques des industries de contenus, nous parcourons plusieurs filières#print, audiovisuelle, vidéoludique, web. Les effets de réseaux, l'exploitation des licences et les modèles économiques innovants sont étudiés à travers des cas contemporains. Nous terminons en démontrant, sous l'impulsion des plateformes, le phénomène de dépoliarisation des modèles de flot et d'édition et son implication pour les industries concernées.

Objectifs

A travers ce cours, il s'agit de comprendre et appréhender les concepts fondateurs de l'approche socioéconomique appliquée aux objets de l'information et de la communication. Il permet d'étudier pour être

en mesure d'y porter un regard critique l'évolution des modèles socioéconomiques des industries de la culture et des médias, dans le contexte global de plateformes de ces domaines d'activités. On y démontre l'interdépendance des facteurs technologiques, économiques, et sociaux (usages et mythologies)

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral - avec évaluation continue (au moins 2 notes) :
- * Au moins un travail en temps limité. Au moins un travail à la maison.

Pré-requis nécessaires

Aucun.

Compétences visées

- * Mobiliser les concepts socioéconomiques relatifs à l'information et à la communication, à leurs relations et aux différentes approches qui s'y rapportent, pour appréhender les phénomènes d'information et de communication.
- * Mobiliser les concepts relatifs aux processus, productions, objets et usages de l'information et de la communication, pour analyser les dispositifs culturels et médiatiques.
- * Identifier et caractériser les acteurs socioéconomiques de l'information et de la communication pour situer les dispositifs d'information et de communication dans leur environnement politique, économique et social.

Bibliographie

BOMSEL, 2013, *Protocoles éditoriaux*, Armand Collin
CAVES, 2000, *Creative industries – Contracts Between Art and Commerce*, Harvard MIEUniversity Press
CHANTEPIE & LE DIBERDER, 2010, *Révolution numérique et industries culturelles*, La Découverte

MIEGE, 2000, *Les industries du contenu face à l'ordre informationnel*, PUG

Ressources pédagogiques

Une liste de lectures sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants

Contact(s)

> **Celine Morin**

Responsable pédagogique
cmorin@parisnanterre.fr