

# Mastère Spécialisé

## MBA en Direction d'Entreprises Audiovisuelles



## Mastère Spécialisé MBA en Direction d'Entreprises Audiovisuelles

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: [www.techtitute.com/fr/jeux-video/master/master-mba-direction-entreprises-audiovisuelles](http://www.techtitute.com/fr/jeux-video/master/master-mba-direction-entreprises-audiovisuelles)

# Sommaire

01

Présentation

---

*page 4*

02

Objectifs

---

*page 8*

03

Compétences

---

*page 16*

04

Structure et contenu

---

*page 20*

05

Méthodologie

---

*page 30*

06

Diplôme

---

*page 38*

# 01

# Présentation

La production audiovisuelle est définie par de nombreux professionnels comme un art dans lequel un produit est créé pour être transmis sur différents médias. Pour débiter dans ce domaine, il faut disposer de connaissances spécialisées sur les formats, les genres et la programmation télévisuels, par exemple, sur la structure du système audiovisuel ou sur le développement de la bonne technique pour traduire une idée en réalité. Ainsi, avec ce diplôme, les étudiants intéressés par le monde des jeux vidéo pourront élargir leurs horizons professionnels et porter leurs connaissances à la gestion d'une entreprise créative.



“

*Vous serez capable d'adapter vos idées  
et de les porter à différents formats  
grâce au contenu de ce programme”*

Dans les jeux vidéo, il est courant de trouver des cinématiques qui aident à expliquer et à donner une continuité à l'histoire. Par conséquent, leur processus de création est similaire à celui utilisé dans le monde de la production audiovisuelle: ils doivent écrire un scénario, disposer d'une équipe d'acteurs, planifier chaque séquence et ensuite l'exécuter. En outre, les concepteurs de jeux vidéo sont des personnes créatives aux idées variées, capables de trouver des solutions innovantes et technologiques pour recréer une scène.

En ce sens, leurs connaissances sont parfaitement transposables au domaine de l'audiovisuel. Par conséquent, le MBA en Direction d'Entreprises Audiovisuelles fournira les outils nécessaires pour organiser et gérer les processus des différents domaines de travail impliqués dans la création d'une série télévisée, d'un film ou de vidéos numériques. Avec cette approche, les étudiants commenceront un voyage à travers les concepts du journalisme culturel, l'impact des réseaux sociaux sur celui-ci et les contenus qui aident à se positionner sur les différentes plateformes.

D'autre part, l'étudiant apprendra les aspects techniques liés à la réalisation d'un projet audiovisuel, en abordant les points de vue théoriques et pratiques qui composent le processus créatif. De cette manière, ils seront en mesure d'exécuter, d'un point de vue narratif et esthétique, la production d'une fiction audiovisuelle, en tenant compte des différents médias et technologies. Ils pourront ainsi comprendre la structure du système audiovisuel et la manière dont la production de ce type de contenu envisage son financement et l'évaluation de l'investissement en termes de coûts et de bénéfices.

Parallèlement, les bases qui déterminent la direction des acteurs de la fiction et la création du discours narratif seront établies. De cette manière, on progressera dans la compréhension de l'industrie culturelle et des nouveaux modèles de communication qui se développent actuellement. D'autre part, une connaissance approfondie des nouveaux genres et formats utilisés à la télévision est indispensable au développement de l'étudiant dans ce domaine. En conséquence, il vous donnera la perspective nécessaire pour mener à bien des tâches de réalisation en fonction de la scénographie, du scénario et du plan de tournage.

À la fin du programme, l'étudiant, en tant que développeur et concepteur de jeux vidéo, sera capable d'organiser une mise en scène et de planifier des actions narratives adaptées à différents supports de production. Il s'agit donc d'un profil professionnel complet.

Ce **Mastère Spécialisé en MBA en Gestion d'Entreprises Audiovisuelles** contient le programme le plus complet et le plus actualisé du marché. Ses caractéristiques sont les suivantes:

- ◆ Le développement d'études de cas présentées par des experts en productions audiovisuelles
- ◆ Les contenus graphiques, schématiques et éminemment pratiques avec lesquels ils sont conçus fournissent des informations scientifiques et sanitaires essentielles à la pratique professionnelle
- ◆ Exercices pratiques permettant de réaliser le processus d'auto-évaluation afin d'améliorer l'apprentissage
- ◆ Il se concentre sur les méthodologies innovantes dans le développement de nouvelles productions
- ◆ Cours théoriques, questions à l'expert, forums de discussion sur des sujets controversés et travail de réflexion individuel
- ◆ La possibilité d'accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



*Élargissez votre horizon professionnel en comprenant le fonctionnement de l'industrie audiovisuelle"*

“

*Le secteur audiovisuel a besoin de créateurs comme vous, capables de concevoir et d'exécuter une scène numérique"*

Le corps enseignant du programme comprend des professionnels du secteur qui apportent l'expérience de leur travail à cette formation, ainsi que des spécialistes reconnus issus de grandes entreprises et d'universités prestigieuses.

Son contenu multimédia, développé avec les dernières technologies éducatives, permettra au professionnel un apprentissage situé et contextuel, c'est-à-dire un environnement simulé qui fournira une formation immersive programmée pour s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est axée sur l'Apprentissage par les Problèmes, grâce auquel le professionnel doit essayer de résoudre les différentes situations de la pratique professionnelle qui se présentent tout au long du programme académique. Pour ce faire, l'étudiant sera assisté d'un innovant système de vidéos interactives, créé par des experts reconnus.

*Ce programme vous permettra d'adapter l'histoire d'un jeu vidéo en format télévisuel.*

*Vous découvrirez le processus de postproduction qui sous-tend la réalisation d'une série télévisée.*



# 02 Objectifs

Dans cette formation, les étudiants atteindront une meilleure version d'eux-mêmes en accédant à l'information la plus complète et la plus actualisée sur le marché. Par conséquent, plusieurs objectifs aideront à guider le parcours académique pour comprendre l'environnement de travail d'une équipe de production, le développement d'un scénario et tous les aspects impliqués dans la distribution du produit final. De cette manière, vous serez en mesure d'améliorer votre profil professionnel pour travailler dans l'industrie.





“

*Les objectifs définis dans ce diplôme vous aideront à développer votre créativité pour travailler dans l'industrie audiovisuelle"*



## Objectifs généraux

---

- ♦ Élargir les connaissances et l'information de l'étudiant avec un plus grand niveau de profondeur dans le domaine du journalisme, bien que, plus spécifiquement dans le domaine de la gestion de l'industrie audiovisuelle
- ♦ Apprendre à exercer des fonctions dans ce domaine dans un environnement spécialisé et professionnel

“

*Un processus de croissance professionnelle et personnelle qui vous permettra d'avancer dans votre carrière”*





## Objectifs spécifiques

---

### Module 1. Journalisme culturel

- ◆ Disposer des compétences transversales et spécifiques nécessaires pour affronter avec succès la réalité du journalisme culturel dans différentes sphères
- ◆ Avoir une connaissance approfondie de la communication numérique et du journalisme culturel
- ◆ Savoir identifier, créer et développer des histoires avec les différents points qui l'englobent, marqués par la rigueur et le personal branding
- ◆ Connaître et développer les lignes directrices essentielles pour la réalisation de la documentation en journalisme culturel
- ◆ Connaître, comprendre et identifier les nouveaux thèmes du journalisme, de la culture et du Web 3.0
- ◆ Connaître l'utilisation des réseaux sociaux dans le cadre du journalisme culturel et des genres journalistiques.
- ◆ Savoir exploiter l'information via les réseaux sociaux et élaborer un plan de communication
- ◆ Développer des contenus spécifiques au sein du journalisme culturel en termes de positionnement

### Module 2. Théorie et technique de la réalisation

- ◆ Comprendre l'environnement de travail de l'équipe de production: moyens technologiques, routines techniques et ressources humaines La figure du directeur dans les contextes professionnels: compétences et responsabilités
- ◆ Connaître le parcours créatif de l'idée, du scénario au produit sur l'écran
- ◆ Apprendre les principes de base des éléments de la mise en scène
- ◆ Être capable d'analyser et de prévoir les moyens nécessaires à partir d'une séquence
- ◆ Acquérir la capacité de planifier des séquences narratives et documentaires en fonction des moyens disponibles

- ♦ Connaître les techniques de base de la réalisation de films
- ♦ Identifier et utiliser de manière appropriée les outils technologiques dans les différentes phases du processus audiovisuel
- ♦ Apprenez à mettre en pratique les éléments et processus fondamentaux de la narration audiovisuelle
- ♦ Connaître les caractéristiques, les utilisations et les besoins des projets audiovisuels multicaméras
- ♦ Pouvoir transférer des programmes de télévision du poste à l'écran
- ♦ Comprendre les besoins et les avantages du travail en équipe dans les projets audiovisuels multicaméras

### Module 3. Structure du système audiovisuel

- ♦ Connaître les bases du fonctionnement du système audiovisuel (fixer les contenus fondamentaux, connaître les auteurs/textes travaillés dans chaque matière)
- ♦ Acquérir la capacité d'analyse théorique et critique des structures organisationnelles de la communication audiovisuelle (comprendre les idées principales, relier les concepts et les éléments)
- ♦ Approfondir le cadre historique, économique-politique, social et technologique dans lequel les produits audiovisuels sont produits, distribués et consommés
- ♦ Apprendre la nature et les interrelations entre les sujets de la communication audiovisuelle: auteurs, institutions, entreprises, médias, supports et récepteurs
- ♦ Identifier les problèmes et les débats actuels concernant le système audiovisuel

### Module 4. Production audiovisuelle

- ♦ Connaître les origines historiques de la production audiovisuelle et son évolution dans la société contemporaine
- ♦ Identifier les concepts théoriques qui définissent les processus de production des œuvres audiovisuelles
- ♦ Connaître le cadre juridique et la législation qui articule le secteur de la production audiovisuelle et ses répercussions sur les différents formats de production
- ♦ Être capable d'identifier la conception de la production d'une œuvre audiovisuelle à partir de l'analyse de ses sources de financement
- ♦ Identifier les différents postes du budget d'une œuvre audiovisuelle
- ♦ Identifier les décisions de production basées sur la copie finale d'une production audiovisuelle
- ♦ Définir les circuits d'exploitation et de commercialisation des productions audiovisuelles
- ♦ Identifier et classer les équipes humaines et les moyens techniques appropriés et nécessaires pour chaque phase du projet: pré-production, enregistrement/filmage, post-production
- ♦ Contrôler le processus d'amortissement des productions audiovisuelles

### Module 5. Réalisation de fiction et direction d'acteur

- ♦ Fournir à l'étudiant les bases théoriques et techniques, ainsi que les compétences instrumentales pour affronter, d'un point de vue narratif et esthétique, la production de fictions audiovisuelles, sur différents supports et technologies
- ♦ Étudier les processus de création, de production et de post-production des œuvres audiovisuelles (cinéma, télévision), ainsi que les éléments de base de la narration (image et son)
- ♦ Traiter de manière adéquate les modèles théoriques de la construction narrative, les mécanismes impliqués dans la création d'histoires et leur articulation à travers la mise en scène, le montage et la post-production.

- ◆ Connaissance de la mise en scène intégrale de productions audiovisuelles cinématographiques et télévisuelles, en assumant la responsabilité de la direction des acteurs et en s'adaptant au scénario, au plan de travail ou au budget préalable
- ◆ Aptitude et compétence pour les tâches de réalisation/réalisation de films selon un scénario et un plan de tournage
- ◆ Relier le film aux autres arts picturaux tels que la photographie et la peinture
- ◆ Analyser les différences entre la mise en scène pour le théâtre et pour le cinéma afin de comprendre les particularités de ces deux langages
- ◆ Connaître les méthodes d'interprétation et leur origine afin de rendre la communication acteur-réalisateur plus fluide

#### **Module 6. Industries Culturelles et nouveaux modèles économiques de communication**

- ◆ Étudier les transformations qui se sont produites dans les industries culturelles en matière d'approvisionnement et de consommation des réseaux
- ◆ Approfondir les défis que l'environnement numérique pose aux modèles économiques des entreprises journalistiques et autres industries culturelles traditionnelles.
- ◆ Analyser et concevoir des stratégies innovantes qui contribuent à l'amélioration des processus de gestion et de prise de décision, ainsi qu'à l'élaboration de produits d'information conformes aux besoins des publics et des annonceurs.
- ◆ Comprendre les changements dans les processus d'organisation et de gestion des ressources stratégiques, humaines, matérielles et techniques des nouvelles entreprises dans l'environnement numérique

#### **Module 7. Gestion et promotion des produits audiovisuels**

- ◆ Connaître les concepts fondamentaux qui régissent la distribution, la commercialisation et la diffusion d'un produit audiovisuel dans la société contemporaine
- ◆ Identifier les différentes fenêtres d'exposition audiovisuelle et la supervision des amortissements
- ◆ Connaître les stratégies de production exécutive dans le développement et la distribution ultérieure de projets audiovisuels
- ◆ Identifier la conception marketing d'une production audiovisuelle à travers sa répercussion dans les différents médias audiovisuels contemporains
- ◆ Connaître l'histoire et les problèmes contemporains des festivals de films
- ◆ Identifier les différentes catégories et modalités des festivals de films
- ◆ Analyser et interpréter les logiques économiques, culturelles et esthétiques des festivals de films aux niveaux local, national et mondial

#### **Module 8. Genres, formats et programmation en télévision**

- ◆ Connaître le concept de genre appliqué à la production de fiction et de divertissement télévisuel
- ◆ Distinguer et interpréter les différents genres de production de fiction et de divertissement télévisuel et leur évolution dans le temps
- ◆ Disposer d'une capacité d'analyse culturelle, sociale et économique des genres télévisuels comme élément structurant des pratiques de création et de consommation audiovisuelles
- ◆ Connaître les modifications et les hybridations qui se produisent dans les genres télévisuels dans le contexte de la télévision contemporaine
- ◆ Reconnaître les différents formats dans le contexte du panorama télévisuel actuel
- ◆ Identifier les clés d'un format, sa structure, son fonctionnement et ses facteurs d'impact
- ◆ Savoir interpréter, analyser et commenter un format télévisuel d'un point de vue professionnel, esthétique et culturel

- ◆ Connaissance des principales techniques et procédés de programmation de la télévision généraliste
- ◆ Capacité de comprendre et d'analyser de manière critique les processus de l'offre télévisuelle, son évolution et sa réalité actuelle, en relation avec le phénomène de la réception et les contextes sociaux et culturels dans lesquels elle est produite

#### Module 9. Audience audiovisuelle

- ◆ Comprendre, sur un plan théorique, les courants d'études consacrés à la réception audiovisuelle
- ◆ Identifier les différences existant entre les différentes manières d'aborder l'étude de la réception audiovisuelle et l'état actuel de la question
- ◆ Compréhension du fonctionnement des réseaux sociaux en tant qu'élément fondamental de l'environnement audiovisuel actuel
- ◆ Compréhension des liens entre le public et le contenu
- ◆ capacité de comprendre les transformations découlant de la numérisation





### Module 10. Scénario de télévision: programmes et fiction

- ◆ Comprendre le processus créatif et industriel dans l'élaboration d'un scénario de fiction pour la télévision
- ◆ Identifier les différents genres de programmes télévisés afin de déterminer les techniques de scénarisation qu'ils requièrent
- ◆ Connaître les différents outils à la disposition d'un scénariste de télévision
- ◆ Apprendre comment le format d'un programme télévisé est lié à ses techniques d'écriture
- ◆ Comprendre les bases de la dynamique du format d'un programme télévisé
- ◆ Obtenez une vue d'ensemble des franchises internationales de formats d'émissions de télévision
- ◆ Utiliser un point de vue critique lors de l'analyse des différents genres et formats de programmes télévisés à partir de leur scénario
- ◆ Connaître les modes de présentation d'un projet de scénario de série télévisée, son évolution et sa réalité actuelle, en relation avec le phénomène de réception et les contextes sociaux et culturels dans lesquels il est produit

# 03

# Compétences

A l'issue de cette formation, l'étudiant sera capable d'exercer différentes fonctions dans une entreprise audiovisuelle. Vous comprendrez la gestion et l'impact global d'un projet de communication dans chacune de ses phases, en étant capable de prendre les bonnes décisions face à toute éventualité et en conservant une pensée objective à tout moment. Vous aurez donc les compétences nécessaires pour organiser une mise en scène, utiliser les réseaux sociaux à votre disposition et planifier le budget nécessaire à tout travail créatif.





“

*Ce programme vous permettra  
d'acquérir les compétences  
nécessaires pour porter un jeu  
vidéo sur grand écran"*



## Compétence générale

---

- ◆ Développer la gestion globale d'un projet de communication audiovisuelle dans chacune de ses facettes avec une maîtrise complète des différents agents et processus qui y participent



*Si vous savez utiliser les réseaux à votre avantage, vous pourrez créer une production adaptée aux besoins du public"*



## Compétences spécifiques

---

- ◆ Décrire ce qu'est le journalisme culturel
- ◆ Savoir se déplacer efficacement dans le réseau 3.0
- ◆ Comment utiliser les réseaux sociaux dans un environnement journalistique?
- ◆ Connaître la composition des équipes de production audiovisuelle
- ◆ Comment organiser une mise en scène
- ◆ Planifier des actions narratives adaptées aux moyens disponibles.
- ◆ Maîtriser les différentes phases du projet audiovisuel
- ◆ Utiliser le système multi-caméra
- ◆ Connaître et appliquer les structures organisationnelles de la communication audiovisuelle
- ◆ Savoir s'adapter aux formes de consommation à un moment donné
- ◆ Connaître le code relationnel des différents agents de la communication audiovisuelle
- ◆ Avoir une vision contextuelle
- ◆ Décrire l'évolution historique de la production audiovisuelle
- ◆ Connaître le cadre juridique
- ◆ Créer des produits adaptés au financement disponible
- ◆ Affecter le budget à différents postes
- ◆ Connaître les canaux de distribution
- ◆ Organiser les différentes équipes

- ◆ Planification de l'amortissement des produits audiovisuels
- ◆ Réaliser un produit audiovisuel sur différents supports
- ◆ Connaître les différents processus créatifs et productifs
- ◆ Créer et superviser la création d'une narration audiovisuelle
- ◆ Mise en scène d'un projet audiovisuel
- ◆ Réalisation d'un projet audiovisuel
- ◆ Diriger les acteurs
- ◆ S'adapter aux transformations de l'offre et de la consommation
- ◆ Reconnaître les défis du paysage numérique
- ◆ Concevoir des stratégies de gestion innovantes
- ◆ Savoir organiser la distribution efficace d'un produit audiovisuel
- ◆ Superviser l'amortissement du produit
- ◆ Appliquer l'organisation exécutive à ces tâches
- ◆ Reconnaître les différents modèles de marketing
- ◆ Expliquez la situation actuelle du cinéma dans ce contexte.
- ◆ Reconnaître tous les genres de production audiovisuelle
- ◆ Expliquer la relation entre les genres et le momentum social
- ◆ Connaître l'état actuel de la consommation télévisuelle
- ◆ Reconnaître les différentes clés de communication des différents formats en fonction des contextes culturels
- ◆ Définir les différents courants d'études dans le secteur audiovisuel.
- ◆ Comprendre le fonctionnement des réseaux de ce point de vue.
- ◆ Décrire la relation entre le public et le contenu
- ◆ Savoir quelles adaptations sont nécessaires pour la numérisation de l'audiovisuel
- ◆ Savoir comment fonctionne le processus de création d'un scénario de fiction
- ◆ Savoir de quel type de scénario chaque genre a besoin
- ◆ Connaître le travail du scénariste de télévision.
- ◆ Connaître les différentes franchises de formats télévisés
- ◆ Présenter un projet de série télévisée

# 04

## Structure et contenu

Afin d'être en phase avec les exigences du secteur, ce MBA en Direction d'Entreprises Audiovisuelles fournit aux étudiants le contenu le plus récent et le plus innovant du marché. Ainsi, dans chaque module, vous apprendrez différents aspects du fonctionnement du secteur, tels que l'utilisation des réseaux sociaux dans le journalisme culturel, le processus de création et de postproduction, la création du scénario, entre autres. De cette manière, le concepteur de jeux vidéo sera en mesure d'entrer dans ce domaine de travail.



“

*Le contenu de ce programme vous aidera à vous préparer à relever le défi de travailler dans une entreprise audiovisuelle”*

## Module 1. Journalisme culturel

- 1.1. Le journalisme culturel dans les médias conventionnels et son intégration dans le monde numérique
- 1.2. L'art de raconter des histoires
- 1.3. Lignes directrices essentielles pour la documentation journalistique culturelle
- 1.4. La philosophie de la communication 3.0
- 1.5. Gestion des médias et réseaux sociaux
- 1.6. Contenu journalistique interactif
- 1.7. Paradigme de la communication
- 1.8. Positionnement sur le Web: SEO, SEM, SMO, SMM et SERM. Contenu journalistique spécialisées

## Module 2. Théorie et technique de la réalisation

- 2.1. La réalisation en tant que construction de l'œuvre audiovisuelle. L'équipe de travail
  - 2.1.1. Du scénario littéraire au scénario technique ou au compte-rendu
  - 2.1.2. L'équipe de travail
- 2.2. Les éléments du décor de l'écran. Les matériaux de construction
  - 2.2.1. Pré-adaptation spatiale. Direction artistique
  - 2.2.2. Les éléments de la mise en scène
- 2.3. Pré-production. Les documents de production
  - 2.3.1. Scénario technique
  - 2.3.2. Le plan scénographique
  - 2.3.3. Le *storyboard*
  - 2.3.4. Planification
  - 2.3.5. Le plan de tir
- 2.4. La valeur expressive du son
  - 2.4.1. Typologie des éléments sonores
  - 2.4.2. Construction de l'espace sonore
- 2.5. La valeur expressive de la lumière
  - 2.5.1. Valeur expressive de la lumière
  - 2.5.2. Techniques d'éclairage de base
- 2.6. Techniques de base de prise de vue avec un seul appareil photo
  - 2.6.1. Usages et techniques de la prise de vue avec une seule caméra
  - 2.6.2. Le sous-genre du *found footage*. Films de fiction et documentaires
  - 2.6.3. La réalisation de films monocaméra à la télévision

- 2.7. Rédaction
  - 2.7.1. Le montage en tant qu'assemblage. La reconstruction de l'espace-temps
  - 2.7.2. Techniques de montage non linéaires
- 2.8. Post-production et étalonnage des couleurs
  - 2.8.1. Post production
  - 2.8.2. Concept d'édition verticale
  - 2.8.3. L'étalonnage des couleurs
- 2.9. Formats et équipements de production
  - 2.9.1. Formats multi-caméras
  - 2.9.2. Le studio et l'équipement
- 2.10. Clés, techniques et routines de la réalisation de films multicaméra
  - 2.10.1. Techniques multi-caméras
  - 2.10.2. Quelques formats courants

## Module 3. Structure du système audiovisuel

- 3.1. Une introduction aux Industries Culturelles (IC)
  - 3.1.1. Concepts de la culture. Culture-communication
  - 3.1.2. Théorie et évolution de l'IC: typologie et modèles
- 3.2. Industrie cinématographique I
  - 3.2.1. Principales caractéristiques et Agents
  - 3.2.2. Structure du système cinématographique
- 3.3. Industrie cinématographique II
  - 3.3.1. L'industrie cinématographique américaine
  - 3.3.2. Sociétés de production indépendantes
  - 3.3.3. Problèmes et débats dans l'industrie cinématographique
- 3.4. Industrie cinématographique III
  - 3.4.1. Réglementation des films: État et culture. Politiques de protection et de promotion de la cinématographie
  - 3.4.2. Étude de cas
- 3.5. Industrie télévisuel I
  - 3.5.1. La télévision économique
  - 3.5.2. Modèles fondateurs
  - 3.5.3. Transformations

- 3.6. Industrie télévisuel II
  - 3.6.1. L'industrie de la télévision américaine
  - 3.6.2. Principales caractéristiques
  - 3.6.3. Réglementation des États
- 3.7. Industrie télévisuel III
  - 3.7.1. La télévision de service public en Europe
  - 3.7.2. Crises et débats
- 3.8. Les axes de changement
  - 3.8.1. Nouveaux processus dans le secteur audiovisuel
  - 3.8.2. Débats sur la réglementation
- 3.9. Télévision Numérique Terrestre (TNT)
  - 3.9.1. Rôle de l'État et expériences
  - 3.9.2. Les nouvelles caractéristiques du système de télévision
- 3.10. Nouveaux opérateurs dans le paysage audiovisuel
  - 3.10.1. Plateformes de services *Over-the-top* (OTT)
  - 3.10.2. Conséquences de leur émergence

## Module 4. Production audiovisuelle

- 4.1. Production audiovisuelle
  - 4.1.1. Concepts introductifs
  - 4.1.2. L'industrie audiovisuelle
- 4.2. L'équipe de production
  - 4.2.1. Les professionnels
  - 4.2.2. Le producteur et le scénario
- 4.3. Le projet audiovisuel
  - 4.3.1. Gestion de projets
  - 4.3.2. Évaluation du projet
  - 4.3.3. Présentation du projet
- 4.4. Modalités de production et de financement
  - 4.4.1. Financement de la production audiovisuelle
  - 4.4.2. Modes de production audiovisuelle
  - 4.4.3. Ressources pour le préfinancement

- 4.5. L'équipe de production et le découpage du scénario
  - 4.5.1. L'équipe de production
  - 4.5.2. Le découpage du scénario
- 4.6. Les lieux de tournage
  - 4.6.1. Les lieux
  - 4.6.2. Les ensembles
- 4.7. Contrats de casting et de tournage
  - 4.7.1. La distribution ou Casting
  - 4.7.2. Le test du casting
- 4.8. Le plan de travail et le budget de l'œuvre audiovisuelle
  - 4.8.1. Le plan de travail
  - 4.8.2. Le budget
- 4.9. Production de films ou d'enregistrements
  - 4.9.1. La préparation du tournage
  - 4.9.2. L'équipement et les moyens de tournage
- 4.10. La post-production et le bilan final de l'œuvre audiovisuelle
  - 4.10.1. Montage et post-production
  - 4.10.2. Bilan final et exploitation

## Module 5. Réalisation de fiction et direction d'acteur

- 5.1. La réalisation de la fiction
  - 5.1.1. Introduction
  - 5.1.2. Le processus et ses outils
- 5.2. L'optique et la caméra
  - 5.2.1. Objectifs et cadrage
  - 5.2.2. Mouvement de la caméra
  - 5.2.3. Continuité
- 5.3. Lumière et couleur: aspects théoriques
  - 5.3.1. Exposition
  - 5.3.2. Théorie des couleurs
- 5.4. L'éclairage au cinéma
  - 5.4.1. Outils
  - 5.4.2. L'éclairage comme récit

- 5.5. Couleur et optique
  - 5.5.1. Contrôle des couleurs
  - 5.5.2. Optique
  - 5.5.3. Contrôle de l'image
- 5.6. Le travail sur le plateau
  - 5.6.1. La liste des plans
  - 5.6.2. L'équipage et ses fonctions
- 5.7. Questions techniques relatives à la réalisation de films
  - 5.7.1. Ressources techniques
- 5.8. La vision des directeurs
  - 5.8.1. Les directeurs prennent la parole
- 5.9. Transformations numériques
  - 5.9.1. Les transformations analogiques-numériques dans la photographie cinématographique
  - 5.9.2. Le règne de la post-production numérique
- 5.10. Direction des acteurs
  - 5.10.1. Introduction
  - 5.10.2. Principales méthodes et techniques
  - 5.10.3. Travailler avec des acteurs

## Module 6. Industries Culturelles et nouveaux modèles économiques de communication

- 6.1. Les concepts de culture, d'économie, de communication, de technologie, d'IC et d'environnement
  - 6.1.1. Culture, économie, communication
  - 6.1.2. Industries culturelles
- 6.2. Technologie, communication et culture
  - 6.2.1. La culture artisanale transformée en marchandise
  - 6.2.2. Du spectacle vivant aux arts visuels
  - 6.2.3. Musées et patrimoine
- 6.3. Les grands secteurs des industries culturelles
  - 6.3.1. Produits d'édition
  - 6.3.2. C.I. de flux
  - 6.3.3. Modèles hybrides





- 6.4. L'ère numérique dans les industries culturelles
  - 6.4.1. Industries culturelles numériques
  - 6.4.2. De nouveaux modèles à l'ère du numérique
- 6.5. Les médias numériques et les médias à l'ère numérique
  - 6.5.1. Le secteur de la presse en ligne
  - 6.5.2. La radio dans l'environnement numérique
  - 6.5.3. Les particularités des médias à l'ère numérique
- 6.6. Mondialisation et diversité culturelle
  - 6.6.1. Concentration, internationalisation et mondialisation des industries culturelles
  - 6.6.2. La lutte pour la diversité culturelle
- 6.7. Politiques culturelles et de coopération
  - 6.7.1. Politiques culturelles
  - 6.7.2. Le rôle des États et des régions
- 6.8. La diversité musicale dans le nuage
  - 6.8.1. Le secteur de la musique aujourd'hui
  - 6.8.2. Le nuage
  - 6.8.3. Initiatives latino-américaines/latines
- 6.9. La diversité dans l'industrie audiovisuelle
  - 6.9.1. Du pluralisme à la diversité
  - 6.9.2. Diversité, culture et communication
  - 6.9.3. Conclusions et propositions
- 6.10. La diversité audiovisuelle sur Internet
  - 6.10.1. Les système audiovisuel à l'ère de l'Internet
  - 6.10.2. Offre et diversité de la télévision
  - 6.10.3. Conclusions

## Module 7. Gestion et promotion des produits audiovisuels

- 7.1. Distribution audiovisuelle
  - 7.1.1. Introduction
  - 7.1.2. Les acteurs de la distribution
  - 7.1.3. Les produits du marketing
  - 7.1.4. Les domaines de la distribution audiovisuelle
  - 7.1.5. Distribution internationale

- 7.2. La société de distribution
  - 7.2.1. Structure de l'organisation
  - 7.2.2. Négociation du contrat de distribution
  - 7.2.3. Clients internationaux
- 7.3. Fenêtres d'exploitation, contrats et ventes internationales
  - 7.3.1. Fenêtres d'exploitation
  - 7.3.2. Contrats de distribution internationale
  - 7.3.3. Ventes internationales
- 7.4. Marketing cinématographique
  - 7.4.1. Marketing cinématographique
  - 7.4.2. La chaîne de valeur de la production cinématographique
  - 7.4.3. Les supports publicitaires au service de la promotion
  - 7.4.4. Outils de lancement
- 7.5. Les études de marché dans le cinéma
  - 7.5.1. Introduction
  - 7.5.2. Phase de pré-production
  - 7.5.3. Phase de post-production
  - 7.5.4. Phase de commercialisation
- 7.6. Réseaux sociaux et promotion des films
  - 7.6.1. Introduction
  - 7.6.2. Promesses et limites des réseaux sociaux
  - 7.6.3. Les objectifs et leur mesure
  - 7.6.4. Calendrier et stratégies de promotion
  - 7.6.5. Interpréter ce que disent les réseaux
- 7.7. Distribution audiovisuelle sur Internet I
  - 7.7.1. Le nouveau monde de la distribution audiovisuelle
  - 7.7.2. Le processus de distribution sur Internet
  - 7.7.3. Produits et possibilités dans le nouveau scénario
  - 7.7.4. Nouveaux modes de distribution
- 7.8. Distribution audiovisuelle sur Internet II
  - 7.8.1. Les clés du nouveau scénario
  - 7.8.2. Les dangers de la distribution sur Internet
  - 7.8.3. La *Video on Demand* (VOD) comme nouvelle fenêtre de distribution

- 7.9. De nouveaux espaces pour la distribution
  - 7.9.1. Introduction
  - 7.9.2. La Révolution Netflix
- 7.10. Festivals de cinéma
  - 7.10.1. Introduction
  - 7.10.2. Le rôle des festivals de films dans la distribution et l'exploitation

## Module 8. Genres, formats et programmation en télévision

- 8.1. Le genre à la télévision
  - 8.1.1. Introduction
  - 8.1.2. Genre de la télévision
- 8.2. Format de télévision
  - 8.2.1. Approche du concept de format
  - 8.2.2. Format de la télévision
- 8.3. Créer la télévision
  - 8.3.1. Le processus de création dans le domaine du divertissement
  - 8.3.2. Le processus créatif dans la fiction
- 8.4. Évolution des formats sur le marché international d'aujourd'hui I
  - 8.4.1. Consolidation du format
  - 8.4.2. Le format de la télé-réalité
  - 8.4.3. Quoi de neuf dans la télé-réalité
  - 8.4.4. La télévision numérique terrestre et la crise financière
- 8.5. Évolution des formats sur le marché international d'aujourd'hui II
  - 8.5.1. Marchés émergents
  - 8.5.2. Marques mondiales
  - 8.5.3. La télévision se réinvente
  - 8.5.4. L'ère de la mondialisation
- 8.6. Vendre le format. Le *pitching*
  - 8.6.1. Vendre un format de télévision
  - 8.6.2. Le *pitching*
- 8.7. Introduction à la programmation télévisuelle
  - 8.7.1. Le rôle de la programmation
  - 8.7.2. Facteurs affectant la programmation
- 8.8. Modèles de programmation télévisuelle
  - 8.8.1. États-Unis et Royaume-Uni

- 8.9. La pratique professionnelle de la programmation télévisuelle
  - 8.9.1. Le département de programmation
  - 8.9.2. Programmation pour la télévision
- 8.10. Recherche d'audience
  - 8.10.1. Recherche sur l'audience de la télévision
  - 8.10.2. Concepts d'audience et audimat

## Module 9. L' audience audiovisuelle

- 9.1. Les publics dans les médias audiovisuels
  - 9.1.1. Introduction
  - 9.1.2. La constitution des audiences
- 9.2. L'étude des audiences: les traditions I
  - 9.2.1. Théorie des effets
  - 9.2.2. Théorie des usages et des gratifications
  - 9.2.3. Études culturelles
- 9.3. L'étude des audiences: les traditions II
  - 9.3.1. Études d'accueil
  - 9.3.2. Audience envers les études humanistes
- 9.4. Les publics dans une perspective économique
  - 9.4.1. Introduction
  - 9.4.2. Mesure de l'audience
- 9.5. Théories de la réception
  - 9.5.1. Introduction aux théories de la réception
  - 9.5.2. Approche historique des études de réception
- 9.6. Les publics dans le monde numérique
  - 9.6.1. Environnement numérique
  - 9.6.2. Culture de la communication et de la convergence
  - 9.6.3. La nature active des publics
  - 9.6.4. Interactivité et participation
  - 9.6.5. La transnationalité des publics
  - 9.6.6. Des publics fragmentés
  - 9.9.7. L'autonomie des publics

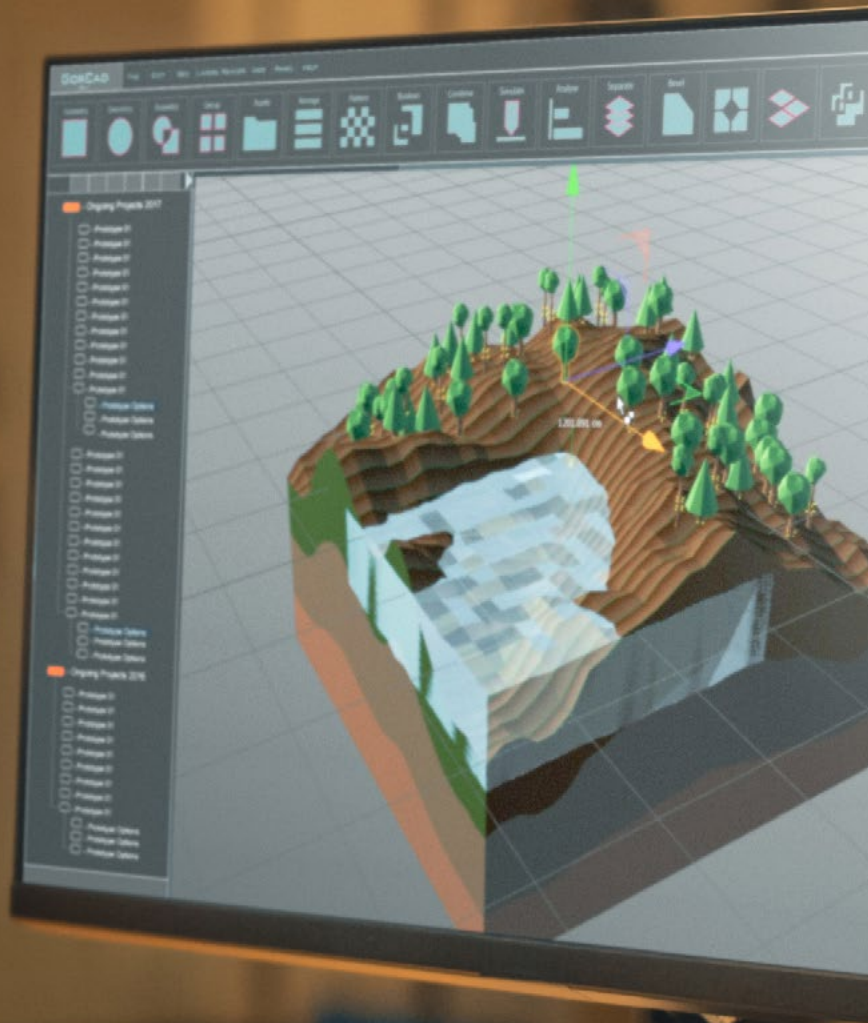
- 9.7. Auditions: les questions essentielles I
  - 9.7.1. Introduction
  - 9.7.2. Qui sont-ils?
  - 9.7.3. Pourquoi consomment-ils?
- 9.8. Auditions: les questions essentielles II
  - 9.8.1. Que consomment-ils?
  - 9.8.2. Comment consomment-ils?
  - 9.8.3. Avec quels effets?
- 9.9. Le modèle d' *engagement* I
  - 9.9.1. L' *engagement* comme métadimension du comportement de l'audience
  - 9.9.2. L'évaluation complexe de l' *engagement*
- 9.10. Le modèle d' *engagement* II
  - 9.10.1. Introduction. Les dimensions de l' *engagement*
  - 9.10.2. L' *engagement* et expériences des utilisateurs
  - 9.10.3. L' *engagement* en tant que réponse émotionnelle du public
  - 9.10.4. L' *engagement* comme résultat de la cognition humaine
  - 9.10.5. Comportements observables des spectateurs comme expression de l' *engagement*

## Module 10. Scénario de télévision: programmes et fiction

- 10.1. Récit télévisé
  - 10.1.1. Concepts et limites
  - 10.1.2. Codes et structures
- 10.2. Les catégories narratives à la télévision
  - 10.2.1. Énonciation
  - 10.2.2. Personnages
  - 10.2.3. Actions et transformations
  - 10.2.4. Espace
  - 10.2.5. Temps
- 10.3. Genres et formats de télévision
  - 10.3.1. Unités narratives
  - 10.3.2. Genres et formats de télévision

- 10.4. Formats de fiction
  - 10.4.1. Fiction télévisée
  - 10.4.2. Sitcoms
  - 10.4.3. Série dramatique
  - 10.4.4. Les feuilletons
  - 10.4.5. Autres formats
- 10.5. Le scénario de fiction pour la télévision
  - 10.5.1. Introduction
  - 10.5.2. La technique
- 10.6. Drame de télévision
  - 10.6.1. La série dramatique
  - 10.6.2. Les feuilletons
- 10.7. Série comique
  - 10.7.1. Introduction
  - 10.7.2. La sitcom
- 10.8. Le scénario de divertissement
  - 10.8.1. Le script étape par étape
  - 10.8.2. Écrire pour dire





- 10.9. Écrire le scénario du divertissement
  - 10.9.1. Réunion sur le scénario
  - 10.9.2. Scénario technique
  - 10.9.3. Répartition de la production
  - 10.9.4. Le résumé
- 10.10. Conception de scénarios de divertissement
  - 10.10.1. Magazine
  - 10.10.2. Programme d'humour
  - 10.10.3. *Spectacle de talents*
  - 10.10.4. Documentaire
  - 10.10.5. Autres formats

“

*Le monde de la télévision attend vos histoires”*

05

# Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: **el Relearning**.

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le **New England Journal of Medicine**.





“

*Découvrez le Relearning, un système qui abandonne l'apprentissage linéaire conventionnel pour vous emmener à travers des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui s'est avérée extrêmement efficace, en particulier dans les matières qui nécessitent une mémorisation"*

## À TECH, nous utilisons la méthode des cas

Notre programme propose une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et exigeant.

“

*Avec TECH, vous pourrez découvrir une façon d'apprendre qui fait avancer les fondations des universités traditionnelles du monde entier”*



*Vous bénéficierez d'un système d'apprentissage basé sur la répétition, avec un enseignement naturel et progressif sur l'ensemble du cursus.*





*L'étudiant apprendra, par le biais d'activités collaboratives et de cas réels, à résoudre des situations complexes dans des environnements commerciaux réels.*

## Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Cette formation TECH est un programme d'enseignement intensif, créé de toutes pièces, qui propose les défis et les décisions les plus exigeants dans ce domaine, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et professionnelle la plus actuelle.



*Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière"*

La méthode du cas a été le système d'apprentissage le plus utilisé dans les meilleures écoles de commerce du monde depuis qu'elles existent. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. Elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard en 1924.

Face à une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous vous confrontons dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Pendant 4 ans, vous serez confronté à de multiples cas réels. Vous devrez intégrer toutes vos connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre vos idées et vos décisions.

## Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des études de cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe 8 éléments didactiques différents dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

*En 2019, nous avons obtenu les meilleurs résultats d'apprentissage de toutes les universités en ligne du monde.*

À TECH, vous apprendrez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre université est actuellement université hispanophone à posséder la licence l'autorisant à utiliser la méthode d'apprentissage Relearning. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.





Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire mais il se déroule en spirale (nous apprenons, désapprenons, oublions et réapprenons). Par conséquent, ils combinent chacun de ces éléments de manière concentrique. Grâce à cette méthodologie, nous avons formé plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent et ce dans toutes les spécialités aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en matière de gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire ou les marchés et instruments financiers. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

*Le Relearning vous permettra d'apprendre plus facilement et de manière plus productive tout en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant des opinions: une équation directe vers le succès.*

À partir des dernières preuves scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette façon, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning les différents éléments de notre programme sont liés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.

Dans ce programme, vous aurez accès aux meilleurs supports pédagogiques élaborés spécialement pour vous:



#### Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseignent les cours. Ils ont été conçus en exclusivité pour la formation afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, élaboré avec les dernières techniques afin d'offrir des éléments de haute qualité dans chacun des supports qui sont mis à la disposition de l'apprenant.



#### Cours magistraux

Il existe de nombreux faits scientifiques prouvant l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" renforce les connaissances et la mémoire, et génère de la confiance pour les futures décisions difficiles.



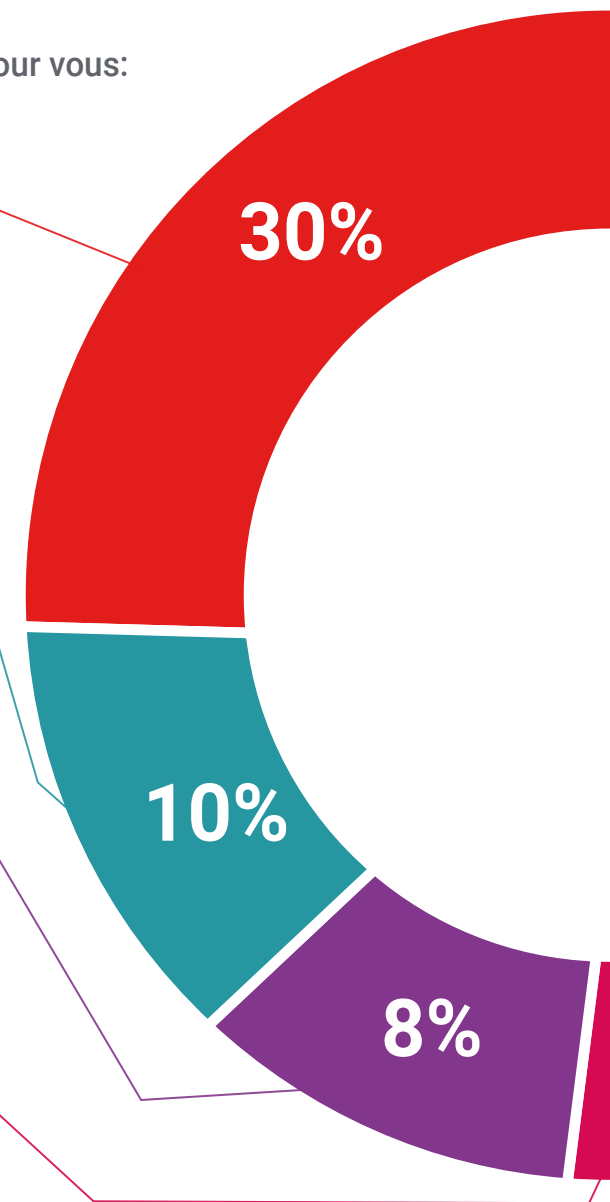
#### Pratique des aptitudes et des compétences

Vous réaliserez des activités de développement des compétences et des compétences spécifiques dans chaque domaine thématique. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



#### Bibliographie complémentaire

Articles récents, documents de consensus, guides internationaux et autres supports. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





#### Case Studies

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la scène internationale.



#### Résumés interactifs

Nous présentons les contenus de manière attrayante et dynamique dans des dossiers multimédias comprenant des fichiers audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de consolider les connaissances. Ce système unique de formation à la présentation de contenus multimédias a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



#### Testing & Retesting

Nous évaluons et réévaluons périodiquement vos connaissances tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation: vous pouvez ainsi constater vos avancées et savoir si vous avez atteint vos objectifs.



# 06 Diplôme

Le Mastère Spécialisé en MBA en Direction d'Entreprises Audiovisuelles garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Mastère Spécialisé délivré par TECH Université Technologique.



“

*Terminez ce programme avec succès  
et recevez votre diplôme sans avoir  
à vous soucier des déplacements ou  
des formalités administratives”*

Ce **Mastère Spécialisé en MBA en Direction d'Entreprises Audiovisuelles** contient le programme le plus complet et le plus actualisé du marché.

Après avoir passé l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier\* avec accusé de réception son diplôme de **Mastère Spécialisé** délivrée par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Mastère Spécialisé, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Mastère Spécialisé MBA en Direction d'Entreprises Audiovisuelles**  
Heures Officielles **1.500 h.**



\*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.



future

santé confiance personnes

éducation information tuteurs

garantie accréditation enseignement

institutions technologie apprentissage

communauté engagement

service personnalisé innovation

connaissance présent qualité

en ligne formation

développement institutions

classe virtuelle langues

**tech** université  
technologique

Mastère Spécialisé  
MBA en Direction  
d'Entreprises Audiovisuelles

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

# Mastère Spécialisé

## MBA en Direction d'Entreprises Audiovisuelles