

Fiche programme MANAGER DES INDUSTRIES CRÉATIVES

Référent du programme : BERNARD SIZEY

bernard.sizey@emicparis.com

Référent Handicap : THOMAS GRELLIER

thomas.grellier@emicparis.com

Public visé

Formation destinée à toutes les personnes ayant un projet professionnel dans les métiers de management comme la gestion de projet, le marketing, la communication et la vente dans les secteurs suivants : industrie musicale, secteurs de l'audiovisuel (cinéma, TV, digital) et du jeu vidéo.

Prérequis et conditions d'accès à la formation

Il est nécessaire de justifier des prérequis suivants :

- Détenir un niveau BAC+3 (licence) ou diplôme de niveau II (BAC+3) tout domaine confondu,
- Avoir une appétence pour les industries créatives et un minimum de culture générale,
- Avoir un projet professionnel dans les industries créatives,
- Connaître l'environnement médiatique et culturel
- Maîtriser l'utilisation basique des nouvelles technologies de l'information et de la communication,
- Maîtriser l'anglais.

Compétences visées / Objectifs opérationnels

Acquérir et mettre en œuvre les compétences transversales qui passent par les disciplines fondamentales du management comme la gestion de projet, la communication, le marketing et la vente dans le secteur des industries créatives, notamment l'industrie musicale, la production audiovisuelle et le jeu vidéo.

Objectif(s) pédagogique(s)

- Acquérir et mettre en œuvre les compétences fondamentales du management : marketing, communication, Droit de la propriété littéraire et artistique, gestion budgétaire, gestion de projet, anglais professionnel
- Acquérir les connaissances et compétences fondamentales de l'industrie musicale : musique enregistrée, édition musicale, musique à l'image, synchronisation musicale, musique et marques, spectacle vivant
- Acquérir les connaissances et compétences fondamentales de la production de contenus audiovisuels (cinéma, TV et digital) : gestion de projet, marketing, gestion budgétaire, financement d'un projet audiovisuel
- Acquérir les connaissances et compétences fondamentales du marketing du jeu vidéo
- Mettre en œuvre un projet de spectacle vivant : création, production et gestion d'un festival musical
- Mettre en œuvre un projet de production audiovisuelle : production d'un clip musical
- Comprendre les fondamentaux de l'intelligence comportementale (savoir-être) : gestion du temps, travail en équipe, prise de parole en public, gestion du stress, intelligence émotionnelle, créativité
- Acquérir et mettre en œuvre les techniques de recherche d'emploi

Durée et modalité d'organisation

- La durée de la formation est de 400 heures par an, 5 jours par semaine
- Début des cours fin septembre Année N, fin des cours : début mars N+1
- L'effectif des classes est inférieur ou égal à 30 personnes

Lieux

L'action de formation se déroule en présentiel dans les locaux d'EMIC Formation au 70 Rue Marius AUFAN 92300 LEVALLOIS d'une capacité d'accueil en corrélation avec le nombre de stagiaires présents, et dotés des équipements adaptés, afin de pouvoir aisément garantir un bon déroulement de l'action de formation sur le plan technique et pédagogique.

Les moyens techniques offerts par EMIC sont les suivants :

- Un campus d'environ 350 m² avec 3 salles de cours (d'une capacité allant de 20 à 30 élèves), 1 grande salle de conférence (d'une capacité de 58 élèves), 1 médiathèque, 1 espace cafétéria.
- Chaque salle est équipée de tableau blanc, vidéo projecteur et d'un ordinateur.

Ces locaux et matériels seront utilisés pour la réalisation de l'action de formation en adéquation avec les exigences techniques et pédagogiques qui président la réalisation des objectifs qui lui sont assignés, conformément au savoir-faire d'EMIC, et dans le respect de la liberté pédagogique reconnue à chaque formateur intervenant.

Afin de favoriser la réussite des stagiaires, et permettre leur accompagnement, dans le cadre de la réalisation de l'action de formation, EMIC met également à leur disposition des outils numériques adaptés :

- Mise à disposition pour les stagiaires d'un portail web avec leur planning, leurs notes, Leur récapitulatif d'absences et des offres d'emploi.
- Mise à disposition pour les stagiaires d'un espace de travail numérique individuel Office 365 avec logiciels de production et communication Windows et 1 terra de Cloud individuel, qui leur permettra notamment de communiquer avec les formateurs intervenants, par l'intermédiaire d'une messagerie électronique intégrée (accompagnement asynchrone).

L'action de formation peut également avoir lieu en distanciel sur notre outil MICROSOFT TEAMS si les mesures sanitaires nous y obligent.

Accessibilité & prise en compte des situations de handicap

Pour assurer le meilleur suivi de nos étudiants en situation de handicap, nous accompagnons dans les démarches et l'intégration en formation.

Dès réception du dossier de candidature, l'étudiant rencontre notre référente handicap. Ensemble ils échangent sur le parcours et les adaptations pédagogiques à prévoir. Elle se coordonne avec les acteurs concernés, pour mettre en œuvre vos besoins : aménagement de poste, tiers temps à l'examen, etc.

La référente handicap et le chef de projet pédagogique sensibilisent les formateurs aux besoins. Des réunions pédagogiques sont organisées à cet effet.

L'étudiant en situation d'handicap bénéficie pendant toute sa scolarité d'une écoute attentive et d'un suivi adapté, par la référente handicap ainsi que le chef de projet pédagogique, qui répond aux questions sur la formation. Ils se rendent disponibles autant que nécessaire pour recevoir la personne dans son intégration en entreprise.

Dès votre préinscription, la référente handicap informe sur la reconnaissance en qualité de travailleur handicapé (RQTH), qui fait valoir les droits en tant que futur-e salarié-e. L'étudiant est accompagné-e dans ses démarches et dans la préparation de sa candidature : construction de CV, préparation des entretiens, etc.

La référente handicap met en relation avec son réseau d'organismes partenaires spécialistes de l'intégration professionnelle d'étudiants-es en situation de handicap (Fédeeh, Tremplin...) ainsi qu'auprès d'entreprises engagées pour maximiser les chances de trouver une entreprise

Délai d'accès

A partir de l'inscription définitive à la formation, il s'écoule une durée comprise entre 3 mois (maximum) et 2 semaines (minimum).

Tarifs et modalités de règlement

Le prix de la formation dispensée s'élève à 9 600 € nets de taxes par année. Ce prix comprend l'adhésion à vie à l'association des anciens de l'EMIC - EMIC Alumni - pour un montant de 50 € (il est toutefois possible de s'en affranchir une fois l'inscription finalisée par simple demande auprès de l'administration de l'école). Selon l'usage dans l'enseignement, les frais de scolarité sont établis selon le principe du forfait annuel à devoir en début d'année.

Le prix des enseignements dispensés peut faire l'objet d'un paiement au comptant ou bien d'un paiement échelonné, suivant quatre (4) échéances. En cas de paiement échelonné du prix des prestations dispensées, le candidat bénéficiera d'une facilité de règlement justifiant une majoration du prix initial d'un montant total de 300 € nets de taxes. Dans ce cas, les frais de scolarité sont donc 9 900 € par année et les règlements se font de la façon suivante : 900 € nets de taxes encaissés à l'inscription ; 2 800 € nets de taxes encaissables 1 mois après la rentrée ; 3 100 € nets de taxes encaissables 3 mois après la rentrée ; 3 100 € nets de taxes encaissables 5 mois après la rentrée.

L'acompte à l'inscription, d'un montant de 900 € nets de taxes, devra être réglé lors de l'inscription du candidat en formation initiale.

En cas de désistement avant le 31 Juillet pour la rentrée de septembre, le montant du versement effectué sera remboursé en intégralité. Au-delà de cette date, aucun remboursement ne sera consenti.

EMIC Formation est exonérée de TVA en application du 4° du 4 de l'article 261 du code général des impôts (CGI) exonère de la TVA.

Il en est de même du centre de formation d'apprentis EMIC (CFA EMIC) régis par le titre III du livre II de la sixième partie du code du travail (C. trav., art L. 6231-1 et suivants).

Déroulé / contenu de la formation :

ACTIVITE 1/ Fondamentaux du management

Marketing fondamental

Droit de la Propriété Littéraire et Artistique

Contrôle de gestion et gestion budgétaire

Webmarketing

Stratégies social media, stratégies d'influence

Effets de la révolution digitale, des nouveaux usages consommateurs et des nouvelles technologies sur les modèles économiques et les stratégies des entreprises des industries créatives

ACTIVITE 2/ Culture générale des industries créatives

Histoire de l'Art-Culture générale

Histoire et économie des médias

Pop Culture

Histoire de la publicité et des marques

ACTIVITE 3/ Industrie Musicale

Musique enregistrée : histoire, fonctionnement, métiers et enjeux

Edition musicale

Spectacle vivant : organisation, métiers et environnement

Spectacle vivant : production d'un festival

Marketing adapté au secteur

Musique et marques

Synchronisation musicale et librairie musicale

Direction Artistique

ACTIVITE 4/ Production audiovisuelle

Panorama des industries du cinéma

Création et développement de contenus audiovisuels

Les plateformes de streaming vidéo

Métiers et organisation des médias web et TV

La production de clips

Musique & TV

La production de films publicitaires

Les nouveaux formats et nouvelles écritures : réalité augmentée, réalité virtuelle, contenus interactifs

ACTIVITE 5/ Marketing du jeu vidéo

Histoire du jeu vidéo

Acteurs, métiers et enjeux du jeu vidéo (développeurs, éditeurs, distributeurs, agences...)

Le marketing produit appliqué au secteur

Les étudiants de MBA 1^e Année Industries Créatives conduisent trois projets « fil rouge » tout au long de l'année. Il s'agit à travers ces projets de les mettre en situation concrète de professionnels en activité :

1-Production d'un festival

2-Production d'un clip musical

3-Production d'un plan marketing stratégique et opérationnel pour une entreprise du secteur du jeu vidéo

ACTIVITE 6/ Compétences transverses

Business English

Coaching individuel

Coaching collectif, intelligence collective

Ateliers Photoshop

MOYENS D'ENCADREMENT :

Les intervenants peuvent être contactés. Le mail, téléphone sera donné sur simple demande.

ACTIVITE 1/ Fondamentaux du management

Thomas Grellier, professeur de marketing à KEDGE Bordeaux et consultant marketing dans le secteur du jeu vidéo

Gaëlle Méric, avocate associée, spécialiste du droit de la propriété littéraire et artistique

Lyazid Kichou, expert-comptable et enseignant à l'université d'Amiens

Marion Duchemin, consultante en webmarketing et réseaux sociaux

Julien Guiraud, consultant en innovation et transformation digitale

Tony Chapelle, Senior Consultant - Management, Digital Marketing & Communications

Marc Gonnet, co-fondateur et PDG de Delight

ACTIVITE 2/ Culture générale des industries créatives

Mario Choueiry, historien de l'art, responsable expositions musique à l'Institut du Monde Arabe, adjoint de Jacques Lang

Pascal Lablanche, président de la chaire Entertainment de l'ESSEC

Pierre-William Fregonese, conférencier, enseignant et auteur de nombreux ouvrages sur la pop culture et les industries créatives

Benoit Régent, partner & directeur du département Change Prospective chez Dentsu Consulting/Dentsu international

ACTIVITE 3/ Industrie Musicale

Daniel Findikian, consultant pour l'industrie musicale, directeur de l'EMIC

Bernard de Bosson, consultant, trésorier des Victoires de la Musique, grande figure du secteur de la musique depuis 40 ans, ex-président du syndicat des producteurs, ex-PDG Warner Music.

François Millet, éditeur musical, spécialiste de l'édition musicale, membre de la SACEM

Elodie Mermoz, directrice de Kiosquorama, spécialiste du spectacle vivant, ex-programmatrice su Printemps de Bourges

Aurélie Ullrich, agent & producer chez Slo Slo

Alix Turrettini, productrice/manager d'artistes

Jean-Baptiste Deix, Booker chez Bleu-Citron (production de concerts)

Eva Dellmann, Chef de Projets chez M6 Music

Vincent Nayrolles, Music Brand Manager chez Orange, éditeur, consultant éditorial

Armand Thomassian, Directeur de la librairie musicale chez Universal Music

Karim Ech-Choayby, Directeur Artistique Universal Music Publishing

ACTIVITE 4/ Production audiovisuelle

Frédéric Olivier, associé CIA (agence de communication spécialisée dans le cinéma)

Christophe Tomas, associé chez Save Ferris (production audiovisuelle)

Jean-Charles Felli, associé chez Save Ferris (production audiovisuelle)

Jérôme Chung, co-fondateur Under The Milky Way, ex-directeur Home Video chez Canal+

Christophe de Melo, Responsable TV Flux, Magazine & Fiction chez Universal Music

Olivier Schaack, consultant, ex-directeur artistique Canal+

Pierre Cazenave, Founder at Soldats Films / Manager, A&R, CEO at Diez Music / Producer, Executive Producer

Oriane Hurard, productrice chez Les Produits Frais, membre de PXN (association des producteurs nouveaux médias indépendants)

Marie Drogue, productrice et directrice générale Ma Drogue A Moi

Julien Aubert, Creative Producer & Founder at Bigger Than Fiction / Story Factory, membre de PXN (association des producteurs nouveaux médias indépendants)

Laurent Duret, Producteur, fondateur et gérant de Bachibouzouk, Président de Les Poissons Volants, co-Président de l'association PXN (association des producteurs nouveaux médias indépendants)

Noam Roubah, Interactive Producer at Darjeeling

ACTIVITE 5/ Marketing du jeu vidéo

Jean-François Boone, Retail Cross Canal Sales Analyst chez Sony Interactive

Guillaume Lairan, Directeur Général chez Pavillon Noir (agence), ex-Directeur Marketing Europe du Sud Activision Blizzard

Olivier Bertino, associé et directeur général chez Colicoba

ACTIVITE 6/ Compétences transverses

Frédéric Noaro, associé chez Stimuli, coach d'entreprise et sportif

Luc Lacoume, coach individuel

Homa Soroosh, professeur d'anglais des affaires

Isabelle Charpentier, assistante pédagogique EMIC, animatrice module Photoshop

Méthodes mobilisées : moyens pédagogiques et techniques

ACTIVITE 1/ Fondamentaux du management

Marketing fondamental : supports de cours, documentation et participation active des apprenants pour favoriser la mémorisation

Droit de la Propriété Littéraire et Artistique : documentation et participation active des apprenants pour favoriser la mémorisation

Contrôle de gestion et gestion budgétaire : documentation et participation active des apprenants pour favoriser la mémorisation, étude de cas

Webmarketing : travail en groupe et exercice pratiques

Stratégies social media, stratégies d'influence : documentation et participation active des apprenants pour favoriser la mémorisation, 2 études de cas en groupes

Effets de la révolution digitale, des nouveaux usages consommateurs et des nouvelles technologies sur les modèles économiques et les stratégies des entreprises des industries créatives : documentation et participation active des apprenants pour favoriser la mémorisation, étude de cas en groupes

ACTIVITE 2/ Culture générale des industries créatives

Histoire de l'Art-Culture générale : « reverse learning », présentations des sujets en binômes devant l'ensemble du groupe, animé et complété par l'intervenant

Histoire et économie des médias : documentation et participation active des apprenants pour favoriser la mémorisation, étude de cas individuel

Pop Culture : documentation et participation active des apprenants pour favoriser la mémorisation, études de cas en groupes et soutenances

Histoire de la publicité et des marques : documentation et participation active des apprenants pour favoriser la mémorisation, études de cas en groupes et soutenances

ACTIVITE 3/ Industrie Musicale

Musique enregistrée : documentation et participation active des apprenants pour favoriser la mémorisation

Edition musicale : documentation et participation active des apprenants pour favoriser la mémorisation, examen individuel (partiel)

Spectacle vivant : organisation, métiers et environnement : documentation et participation active des apprenants pour favoriser la mémorisation, étude de cas en groupes

Spectacle vivant : projet fil rouge : production d'un festival « réel » dans le cadre de la structure associative CIME Productions, base de données artistes, transferts de compétences de l'intervenant encadrant du projet

Marketing adapté au secteur : documentation et participation active des apprenants pour favoriser la mémorisation

Musique et marques : documentation et participation active des apprenants pour favoriser la mémorisation, étude de cas et soutenances de groupes

Synchronisation musicale et librairie musicale : documentation et participation active des apprenants pour favoriser la mémorisation

Direction Artistique : documentation et participation active des apprenants pour favoriser la mémorisation

ACTIVITE 4/ Production audiovisuelle

Panorama des industries du cinéma : documentation et participation active des apprenants pour favoriser la mémorisation, étude de cas et soutenances de groupes

Création et développement de contenus audiovisuels : module animé en binôme, documentation et participation active des apprenants pour favoriser la mémorisation, étude de cas et soutenances de groupes

Les plateformes de streaming vidéo : documentation et participation active des apprenants pour favoriser la mémorisation, étude de cas et soutenances de groupes

Métiers et organisation des médias web et TV : documentation et participation active des apprenants pour favoriser la mémorisation, étude de cas et soutenances de groupes

La production de clips : projet fil rouge, production d'un clip pour le compte d'un artiste, base de données artistes, documentation (modèles de contrats,etc) et participation active des apprenants

Musique & TV : documentation et participation active des apprenants pour favoriser la mémorisation, étude de cas et soutenances de groupes

La production de films publicitaires : documentation et participation active des apprenants pour favoriser la mémorisation

Les nouveaux formats et nouvelles écritures : réalité augmentée, réalité virtuelle, contenus interactifs : documentation et participation active des apprenants pour favoriser la mémorisation, étude de cas individuels

ACTIVITE 5/ Marketing du jeu vidéo

Histoire du jeu vidéo : documentation et participation active des apprenants pour favoriser la mémorisation, examen individuel (QCM)

Acteurs, métiers et enjeux du jeu vidéo (développeurs, éditeurs, distributeurs, agences...) : documentation et participation active des apprenants pour favoriser la mémorisation

Le marketing produit appliqué au secteur : projet fil rouge marketing, documentation et participation active des apprenants pour favoriser la mémorisation, étude de cas et soutenances de groupes au sein de l'entreprise partenaire (Sony Interactive)

ACTIVITE 6/ Compétences transverses

Business English : participation orale, création d'un podcast en groupes

Coaching individuel : documentation et participation active des apprenants, documents techniques de recherche d'emploi, soutenances individuelles de prise de parole en public

Coaching collectif, intelligence collective : nombreux ateliers de groupes, documentation et participation active des apprenants

Ateliers Photoshop : licence Photoshop, documentation et participation active des apprenants, soutenances individuelles de restitution

MODALITÉ DE SUIVI & ÉVALUATIONS :

ACTIVITE 1/ Fondamentaux du management

Marketing fondamental : examen (partiel)

Droit de la Propriété Littéraire et Artistique : simulation de procès en groupes (examen)

Contrôle de gestion et gestion budgétaire : étude de cas individuelle

Webmarketing : étude cas en groupes

Stratégies social media, stratégies d'influence : 2 études de cas en groupes

Effets de la révolution digitale, des nouveaux usages consommateurs et des nouvelles technologies sur les modèles économiques et les stratégies des entreprises des industries créatives : étude de cas en groupes

ACTIVITE 2/ Culture générale des industries créatives

Histoire de l'Art-Culture générale : présentations en binômes

Histoire et économie des médias : étude de cas individuel

Pop Culture : études de cas en groupes et soutenances

Histoire de la publicité et des marques : études de cas en groupes et soutenances

ACTIVITE 3/ Industrie Musicale

Musique enregistrée : documentation et participation active des apprenants pour favoriser la mémorisation (non évalué)

Edition musicale : examen individuel (partiel, dissertation)

Spectacle vivant : organisation, métiers et environnement : étude de cas en groupes (non évalué)

Spectacle vivant : projet fil rouge : évaluation du projet global une fois le projet réalisé, note par groupe de compétences (Communication, Programmation, Régie, ...)

Marketing adapté au secteur : étude de cas et soutenances de groupes

Musique et marques : étude de cas et soutenances de groupes

Synchronisation musicale et librairie musicale : documentation et participation active des apprenants pour favoriser la mémorisation (non évalué)

Direction Artistique : documentation et participation active des apprenants pour favoriser la mémorisation (non évalué)

ACTIVITE 4/ Production audiovisuelle

Panorama des industries du cinéma : étude de cas et soutenances de groupes

Création et développement de contenus audiovisuels : étude de cas et soutenances de groupes

Les plateformes de streaming vidéo : étude de cas et soutenances de groupes

Métiers et organisation des médias web et TV : étude de cas et soutenances de groupes

La production de clips : projet fil rouge, présentation du clip de chaque groupe devant jury et évaluation

Musique & TV : étude de cas et soutenances de groupes

La production de films publicitaires : participation (non évalué)

Les nouveaux formats et nouvelles écritures : étude de cas individuels

ACTIVITE 5/ Marketing du jeu vidéo

Histoire du jeu vidéo : examen individuel (QCM)

Le marketing produit appliqué au secteur : projet fil rouge marketing, étude de cas et soutenances de groupes au sein de l'entreprise partenaire (Sony Interactive)

ACTIVITE 6/ Compétences transverses

Business English : évaluation individuelle de participation orale, création podcast : soutenances de groupes

Coaching individuel : documentation et participation active des apprenants, documents techniques de recherche d'emploi, soutenances individuelles de prise de parole en public (non évalué)

Coaching collectif, intelligence collective : nombreux ateliers de groupes, documentation et participation active des apprenants (non évalué)

Ateliers Photoshop : soutenances individuelles

EFFECTIF PLANCHER/PLAFOND :

Nous ouvrons la formation à 12 étudiants, avec un maximum de 28 étudiants par classe.

EQUIVALENCES ET PASSERELLES :

Certification comparable du même niveau (niveau 6)

MASTER Droit, Économie, Gestion - Mention Stratégie et Ingénierie Économique - Spécialité : Direction de Projet dans les Nouvelles Filières Culturelles. Finalité R&P

SUITE DE PARCOURS ET DEBOUCHÉS :

Nos étudiants se destinent, entre autres, aux métiers suivants :

manager d'artiste, agent d'artiste, directeur artistique, chef de projet artiste, label manager, attaché de presse, producteur, tourneur, bookeur, chargé de production tournée ou festival, directeur de production, programmateur de salle, programmateur de festival, administrateur de festival, administrateur de tournée ou de production, compte clé commercial physique, compte clé digital, responsable de communication ou des relations publiques, chef de produit marketing, éditeur, responsable de projet artistique éditions musicales, responsable digital, community manager, responsable synchronisation musicale, responsable licensing, superviseur musical, etc.