

Master Management de l'Art et Tourisme Culturel (M2 MATC)

Titre du Cours :	STRATEGIE, ACTEURS DE L'ENTREPRISE CULTURELLE
<i>Course Title:</i>	
Heures :	20
<i>Lecture hours:</i>	
ECTS Credits:	3

➤ CONTENU ET OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES DU COURS

DESCRIPTION AND LEARNING OBJECTIVES OF THE COURSE

Pour comprendre les logiques entrepreneuriales et managériales des acteurs publics/privés ainsi que les enjeux du marché de l'art dans un environnement contingent, nous expliquerons les mécanismes existants en termes de stratégies économiques voire financières pour accroître les collections et spéculer sur leur valeur. Indubitablement, les systèmes autour de l'art obligent les acteurs publics/privés à s'adapter en permanence.

De surcroît, les normes (réelles et symboliques) du marché se caractérisent notamment par la rencontre chaotique d'une série de déterminations hétérogènes qui ne cessent jamais de faire émerger de nouveaux débouchés, voire opportunités, aux contours mal définis.

LISTE DES SUJETS OU RESUME DES SEANCES

TOPICS OF EACH SESSION OR SUMMARY OF THE COURSE

➤ I/ DECLINAISONS ECONOMIQUES ET MANAGERIALES

1. UN SECTEUR HETEROGENE ET ASYMETRIQUE
2. UN SECTEUR EN MUTATION
3. UN SECTEUR DE SPECULATION

➤ II/ STRATEGIES TRANSNATIONALES AUTOUR DE LA CULTURE

1. UNE OPERATION FINANCIERE
2. UN MODE DE COMMUNICATION

➤ III/ STRATEGIES ET PROCESSUS DE VALEURS DE CULTUREL

1. ENTRE PERMANENCE ET EVANESCENCE

2. ENTRE CROISSANCE ET DEVELOPPEMENT
3. ENTRE DIMENSIONS ESTHETIQUES ET INTERETS MERCANTILES

➤ **METHODES D'EVALUATION (CONTROLE CONTINU) EVALUATION AND GRADING**

Evaluation Exposé (note écrite et orale) 40 %

Evaluation (Dossier écrit) : 30 %

Evaluation orale et participation : 30 %

➤ **REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES BIBLIOGRAPHY**

Cette bibliographie n'est pas exhaustive, une liste complémentaire, tournée sur la stratégie, sera remise ultérieurement en cours

Moulin Raymonde :

1/ L'artiste, l'institution et le marché, Paris, Flammarion 1992

2/ Le marché de l'art. Mondialisation et nouvelles technologies, Flammarion 2004

J. Davallon, L'exposition à l'œuvre : stratégies de communication et médiation symbolique, Paris/Montréal (Québec), L'Harmattan, 2000

J. Davallon, L'exposition à l'œuvre : stratégies de communication et médiation symbolique, Paris/Montréal (Québec), L'Harmattan, 2000

X. Greffe, Arts et artistes au miroir de l'économie, ed UNESCO, Economica, 2002

Artprice, Art Market Trends. Sources du marché de l'art, 2007

Artprice, rapport annuel, le marché de l'art contemporain 2008/2009

Béthenod Martin et al, Propositions en faveur du développement du marché de l'art en France (« rapport Béthenod »), Paris, 2008

Elisabeth Couturier, l'Art contemporain, mode d'emploi, Flammarion, 2009

L. Dandrieu, « le triomphe du canul'art », Valeurs actuelles, 1- septembre 2010

.Zarka, l'Art contemporain : le concept, Puf, 2010