

Executive Mastère Gestion Culturelle

M G C



Executive Mastère Gestion Culturelle

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne
- » Dirigé à: **diplômés universitaires ayant déjà obtenu un diplôme dans le domaine des Sciences Sociales et Humaines**

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/master/master-gestion-culturelle

Sommaire

01

Accueil

page 4

02

Pourquoi étudier à TECH?

page 6

03

Pourquoi notre programme?

page 10

04

Objectifs

page 14

05

Compétences

page 18

06

Structure et contenu

page 22

07

Méthodologie

page 36

08

Profil de nos étudiants

page 44

09

Impact sur votre carrière

page 48

10

Bénéfices pour votre entreprise

page 52

11

Diplôme

page 56

01

Accueil

La culture a su s'adapter aux temps nouveaux marqués par des technologies plus avant-gardistes. Ainsi, des événements hybrides et strictement en ligne ont été encouragés, tout en maintenant la vivacité de l'événement en personne. Dans ce contexte d'innovation et de changement constant, le secteur culturel a besoin de professionnels au fait des derniers développements, capables de promouvoir et de protéger l'art dans tous les coins d'une ville et, en même temps, d'encourager la jouissance des différentes disciplines artistiques. C'est dans ce contexte qu'a été créé ce diplôme 100% en ligne, qui offre aux professionnels les connaissances les plus avancées en matière de planification, de gestion, de production et de communication des activités culturelles, grâce auxquelles ils pourront projeter leur carrière vers des institutions plus importantes. Pour ce faire, vous aurez accès à des ressources multimédias attrayantes 24 heures sur 24, à partir de n'importe quel appareil électronique doté d'une connexion Internet.



Executive Mastère en Gestion Culturelle TECH Université Technologique



“

Ce Executive Mastère vous apportera les connaissances nécessaires pour progresser en tant que manager culturel et révolutionner le secteur”

02

Pourquoi étudier à TECH?

TECH est la plus grande École de Commerce 100% en ligne au monde. Nous sommes une École de Commerce d'élite, fondée sur un modèle de normes académiques très exigeantes. Un centre de formation hautement performant, de renommée internationale concernant la préparation aux techniques de management.



“

Nous sommes une université à la pointe de la technologie et nous mettons toutes nos ressources à votre disposition pour vous aider à réussir”

À TECH Université Technologique



Innovation

Nous mettons à votre disposition un rigoureux modèle d'apprentissage en ligne qui associe les dernières technologies éducatives à la plus grande rigueur pédagogique. Une méthode unique, mondialement reconnue, qui vous procurera les clés afin d'être en mesure d'évoluer dans un monde en constante mutation, où l'innovation doit être le principale défi de tout entrepreneur.

"Les Success Stories de Microsoft Europe" pour avoir intégré dans nos programmes l'innovant système de multi-vidéos interactives.



Exigence maximale

Notre critère d'admission n'est pas économique. Pour étudier chez nous, il n'est pas nécessaire de faire un investissement démesuré. Cela dit, pour être diplômé(e) TECH, nous pousserons votre intelligence et vos capacités de résolution de problèmes à leur limite. Nos critères académiques sont très élevés...

95%

des étudiants de TECH finalisent leurs études avec succès



Networking

Des professionnels de tous les pays collaborent avec TECH, ce qui vous permettra de créer un vaste réseau de contacts qui vous sera particulièrement utile pour votre avenir.

+100.000

dirigeants formés chaque année

+200

nationalités différentes



Empowerment

L'étudiant évoluera main dans la main avec les meilleures entreprises et des professionnels de grand prestige et de grande influence. TECH a développé des alliances stratégiques et un précieux réseau de contacts avec les principaux acteurs économiques des 7 continents.

+500

accords de collaboration avec les meilleures entreprises



Talent

Ce programme est une proposition unique visant à faire ressortir le talent de l'étudiant dans l'environnement des affaires. Une opportunité de mettre en valeur vos aspirations et votre vision de l'entreprise.

TECH aide les étudiants à montrer leur talent au monde entier à la fin de ce programme.



Contexte Multiculturel

En étudiant à TECH, les étudiants bénéficieront d'une expérience unique. Vous étudierez dans un contexte multiculturel. Dans un programme à vision globale, grâce auquel vous pourrez vous familiariser avec la façon de travailler dans différentes parties du monde, en recueillant les dernières informations qui conviennent le mieux à votre idée d'entreprise.

Les étudiants de TECH sont issus de plus de 200 nationalités.



À TECH nous visons l'excellence et pour cela, nous possédons des caractéristiques qui nous rendent uniques:



Apprenez avec les meilleurs

Pendant les cours, notre équipe d'enseignants explique ce qui les a conduits au succès dans leurs entreprises, en travaillant dans un contexte réel, vivant et dynamique. Des enseignants qui s'engagent pleinement à offrir une spécialisation de qualité permettant aux étudiants de progresser dans leur carrière et de se distinguer dans le monde des affaires.

Des professeurs de 20 nationalités différentes.



Analyse

Nous explorons votre sens critique, votre capacité à remettre les choses en question, votre aptitude à résoudre les problèmes ainsi que vos compétences interpersonnelles.



Excellence académique

Nous mettons à votre disposition la meilleure méthodologie d'apprentissage en ligne. L'université combine la méthode *Relearning* 100% (la méthode d'apprentissage de troisième cycle la plus reconnue au niveau international) avec les "case studies" de Harvard Business School. Entre tradition et innovation dans un équilibre subtil et dans le cadre d'un parcours académique des plus exigeants.



Économie d'échelle

TECH est la plus grande université en ligne du monde. TECH dispose de plus de 10.000 certificats universitaires en français. Et dans la nouvelle économie, **volume + technologie = prix de rupture**. De cette façon, nous veillons à ce que les études ne soient pas aussi coûteuses que dans une autre université.



Chez TECH, vous aurez accès aux études de cas les plus rigoureuses et les plus récentes du monde universitaire"

03

Pourquoi notre programme?

Choisir de vous former chez TECH signifie multiplier vos chances de réussir professionnellement dans le domaine du management des entreprises.

C'est un défi qui requiert des efforts et du dévouement, mais qui vous offre la possibilité d'un avenir prometteur. Vous apprendrez auprès de la meilleure équipe pédagogique et avec la méthodologie éducative la plus flexible et la plus innovante qu'il soit.



“

Nous disposons du corps enseignant le plus prestigieux et du programme le plus complet du marché, ce qui nous permet de vous offrir une formation du plus haut niveau académique”

Ce programme vous apportera une multitude de bénéfices aussi bien professionnels que personnels, dont les suivants:

01

Cela marquera un véritable tournant dans votre carrière

Nous vous offrons l'opportunité d'être maître de votre avenir et de développer tout votre potentiel. En étudiant ce programme vous allez acquérir les compétences nécessaires pour apporter un changement positif à votre carrière en peu de temps.

70% des participants de cette formation connaissent une évolution positive de leur carrière en moins de deux ans.

02

Vous acquerez une vision stratégique et globale de l'entreprise

Vous allez acquérir une vision approfondie du management ce qui vous permettra de comprendre la façon dont chaque décision affecte les différents départements fonctionnels de l'entreprise.

Notre vision globale de l'entreprise améliorera votre vision stratégique.

03

Vous vous ferez une place parmi les cadres supérieurs de l'entreprise

Étudier à TECH, c'est ouvrir les portes d'un panorama professionnel de grande importance pour que les étudiants puissent se positionner comme des managers de haut niveau, avec une vision large de l'environnement international.

Vous travaillerez sur plus de 100 cas réels de cadres supérieurs.

04

Vous obtiendrez de nouvelles responsabilités

Nous vous formerons concernant les dernières tendances, avancées et stratégies afin que vous soyez en mesure de mener à bien votre travail professionnel dans un environnement en perpétuel évolution.

À l'issue de cette formation, 45% des étudiants obtiennent une promotion professionnelle au sein de leur entreprise.

05

Vous aurez accès à un important réseau de contacts

Nous vous mettons en relation avec des professionnels comme vous. Ayant des aspirations similaires et ayant la même envie de progresser. Vous serez en relation avec différents partenaires, clients et fournisseurs.

Vous y trouverez un réseau de contacts essentiel pour votre développement professionnel.

06

Développer des projets d'entreprise de manière rigoureuse

Vous allez acquérir une vision stratégique approfondie qui vous aidera à développer votre propre projet tout en tenant compte des différents domaines de l'entreprise.

20% de nos étudiants développent leur propre idée entrepreneuriale.

07

Vous améliorerez vos *soft skills* ainsi que vos compétences en matière de management

Nous vous accompagnons dans l'application et dans le développement de vos connaissances ainsi que dans l'amélioration de vos compétences interpersonnelles afin de devenir un leader qui fait la différence.

Améliorez vos compétences en communication ainsi que dans le domaine du leadership pour booster votre carrière professionnelle.

08

Vous ferez partie d'une communauté exclusive

Nous vous offrons la possibilité d'intégrer une communauté de managers d'élite, de grandes entreprises, d'institutions renommées et de professeurs hautement qualifiés issus des universités les plus prestigieuses du monde: la communauté de TECH Université Technologique.

Nous vous donnons la possibilité de vous spécialiser auprès d'une équipe de professeurs de renommée internationale.

04 Objectifs

Ce programme est conçu pour renforcer les compétences en gestion culturelle des professionnels qui souhaitent évoluer dans ce secteur. Ainsi, à l'issue des 12 mois de formation universitaire, les étudiants seront en mesure de valoriser le rôle que joue la culture dans la société, sa conservation, ainsi que l'application des nouvelles tendances numériques dans la production, la programmation et la diffusion d'événements culturels. Les études de cas fournies dans ce diplôme rapprocheront le spécialiste des actions et des méthodologies qui peuvent être intégrées dans des projets à grande échelle.



“

Ce diplôme vous permettra de découvrir des cas de réussite dans la conception d'événements culturels”

**TECH fait sien les objectifs de ses étudiants.
Ils travaillent ensemble pour les atteindre**

Le **Executive Mastère en Gestion Culturelle** permettra aux étudiants pour:

01

Comprendre les caractéristiques de la gestion culturelle en relation avec le secteur du tourisme

04

Analyser les caractéristiques de la demande de tourisme culturel dans chaque zone

02

Gérer le patrimoine culturel dans différentes zones touristiques selon les principes de la durabilité

05

Connaître la gestion du patrimoine culturel dans différents espaces

03

Identifier et gérer les plans existants pour la protection des collections de Beaux-Arts

06

Apprendre les concepts, les principes et les théories de base de la communication et des industries culturelles dans le contexte de la culture

07

Comprendre et interpréter la réalité en termes de compétences et de procédures culturelles

10

Démontrer les procédures pour promouvoir les idées culturelles

08

Manipuler les sources, planifier les projets et organiser différentes méthodes pour résoudre les problèmes

11

Comprendre l'importance et l'organisation d'événements hybrides

09

Apprendre à concevoir et à réaliser des campagnes ou des produits liés à la culture

12

Avoir une connaissance approfondie des tendances actuelles en matière d'organisation d'événements

05

Compétences

Le programme de ce diplôme universitaire permettra aux professionnels d'élargir leurs compétences et leurs aptitudes pour une gestion appropriée et efficace des événements culturels. Pour ce faire, il dispose de ressources pédagogiques innovantes qui vous permettront d'apprendre les différentes méthodologies utilisées pour la conservation du patrimoine, les derniers outils technologiques utilisés pour la conception et la diffusion d'événements, ainsi que les compétences nécessaires pour valoriser le secteur culturel dans la société.



A grayscale photograph of a hand pointing at a document. The document features a bar chart with three bars of increasing height and a pie chart. The text 'profit trend' is visible on the document. The image is partially obscured by a dark blue diagonal overlay.

“

Vous perfectionnerez les compétences dont vous avez besoin pour devenir un excellent gestionnaire culturel dans les sphères publiques et privées”

01

Maîtriser la numérisation de l'événement, les outils les plus utilisés et les nouvelles tendances

02

Mettre en œuvre différentes méthodologies de conservation du patrimoine

03

Gérer correctement les informations pertinentes ou historiques

04

Valoriser le rôle des musées et des galeries dans l'éducation

05

Identifier quel type de public fréquente les différents types de manifestations culturelles

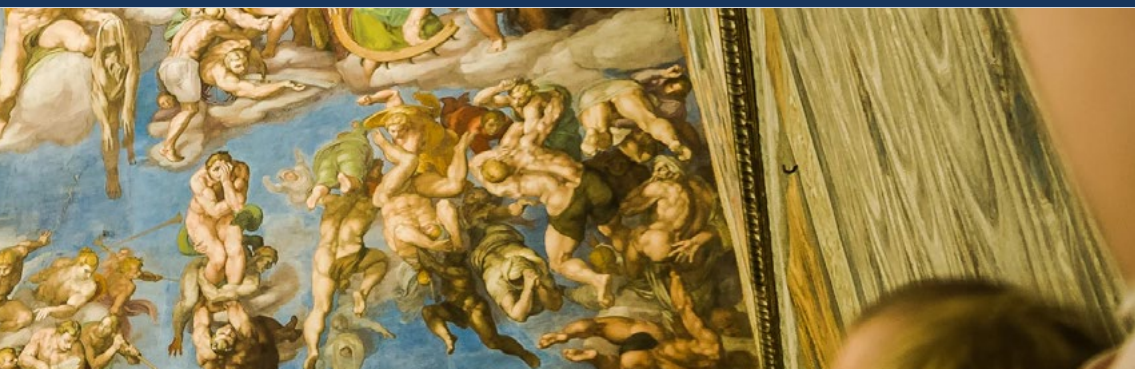


06

Savoir programmer en fonction de l'offre et du public

08

Connaître les différents produits culturels



07

Réussir à établir des stratégies de communication

09

Comprendre le rôle des organisations du tiers secteur dans la société

10

Savoir planifier les ressources matérielles et humaines nécessaires à la réalisation d'un événement culturel

06

Structure et contenu

Le Executive Mastère en Gestion Culturelle est une excellente opportunité pour les professionnels qui souhaitent évoluer dans ce secteur grâce à un diplôme enseigné exclusivement en ligne et accessible à tout moment de la journée, depuis un ordinateur, une *tablette* ou un téléphone portable disposant d'une connexion internet. Une flexibilité idéale pour les spécialistes qui souhaitent combiner leur environnement de travail avec une formation universitaire à l'avant-garde académique.



“

*Le système de Relearning utilisé par
TECH vous permettra de suivre plus
facilement le contenu de cette maîtrise”*

Programme d'études

Le Executive Mastère en Gestion Culturelle de TECH Université Technologique est un programme intensif qui vous prépare à relever les défis et à prendre des décisions dans le secteur des arts.

Le contenu de ce diplôme est conçu pour promouvoir le développement de compétences en gestion qui permettent de prendre des décisions dans un secteur en constante évolution} et qui cherche à attirer différents publics grâce à l'innovation.

Ainsi, pendant les 1.500 heures d'enseignement de ce cours universitaire, les étudiants recevront des études de cas animées par des spécialistes connaissant le secteur culturel. Cela permettra aux étudiants de se rapprocher de situations et de méthodologies qu'ils pourront introduire dans leur vie professionnelle quotidienne. Il s'agit donc d'une véritable immersion dans des situations professionnelles réelles.

Pendant 12 mois, les étudiants qui suivent ce programme en ligne étudieront en profondeur la conservation du patrimoine culturel, la gestion des musées, des galeries et des expositions, le catalogage, les stratégies les plus efficaces pour produire des événements de musique et de danse et l'application des nouvelles technologies pour promouvoir le marché culturel.

Un plan d'études conçu pour fournir au professionnel le contenu le plus innovant et le plus actuel dans un secteur qui requiert de plus en plus de personnel hautement qualifié avec des compétences de gestion créative, s'adaptant aux temps nouveaux, principalement marqués par l'environnement numérique.

Ce Executive Mastère se déroule sur 12 mois et est divisé en 10 modules:

- Module 1.** Conservation du patrimoine culturel
- Module 2.** Gestion des musées, galeries et expositions
- Module 3.** Documentation culturelle: catalogage et recherche
- Module 4.** Gestion culturelle de la musique et de la danse
- Module 5.** Gestion du tourisme culturel
- Module 6.** Le marketing sur le marché culturel
- Module 7.** Production et gestion dans la gestion culturelle
- Module 8.** Technologie et design pour la promotion culturelle
- Module 9.** Concevoir des événements culturels
- Module 10.** Planification d'événements culturels



Où, quand et comment se déroule la formation?

TECH offre la possibilité de développer ce Executive Mastère en Gestion Culturelle entièrement en ligne. Pendant les 12 mois de spécialisation, l'étudiant pourra accéder à tout moment à l'ensemble des contenus de ce programme, ce qui vous permettra de gérer vous-même votre temps d'étude.

Une expérience éducative unique, clé et décisive pour stimuler votre développement professionnel.

Module 1. Conservation du patrimoine culturel

1.1. Théorie de la conservation et de la restauration du patrimoine historique et artistique

- 1.1.1. Comment le patrimoine est-il conservé?
- 1.1.2. Qui est responsable de son entretien?
- 1.1.3. Les mesures à prendre pour son entretien
- 1.1.4. Évolution historique
- 1.1.5. Critères actuels

1.2. Conservateur de musée

- 1.2.1. Description d'un conservateur de musée
- 1.2.2. Démarche à suivre pour devenir conservateur de musée
- 1.2.3. Déontologie
- 1.2.4. Fonctions

1.3. Méthodologie du diagnostic de l'état de conservation des biens culturels

- 1.3.1. Que sont les BIC?
- 1.3.2. Bien culturel ou BIC
- 1.3.3. Guide pour la conservation des BIC
- 1.3.4. Altération et agents de détérioration

1.4. Méthodes d'analyse et d'étude des matériaux et des techniques

- 1.4.1. Définition de la méthode et de la technique
- 1.4.2. L'analyse scientifique
- 1.4.3. Techniques d'étude du patrimoine historico-artistique
- 1.4.4. Nettoyage et consolidation du BIC

1.5. Critères d'intervention en restauration et conservation I

- 1.5.1. Définition des critères
- 1.5.2. Interventions d'urgence
- 1.5.3. Plans de protection des collections Beaux-Arts
- 1.5.4. Plans de protection des ethnographies

1.6. Critères d'intervention en restauration et conservation II

- 1.6.1. Plans de protection des vestiges archéologiques
- 1.6.2. Plans de protection des collections scientifiques
- 1.6.3. Plans de protection des autres éléments du patrimoine culturel immatériel
- 1.6.4. Importance de la restauration

1.7. Défis pour la conservation du BIC

- 1.7.1. Qu'est-ce que la conservation implique?
- 1.7.2. Les problèmes de conservation
- 1.7.3. Critères de réalisation de la restauration du patrimoine culturel
- 1.7.4. Réhabilitation du BIC

1.8. Conservation préventive du patrimoine culturel

- 1.8.1. Concept
 - 1.8.1.1. Qu'est-ce que la conservation préventive?
- 1.8.2. Méthodologies
- 1.8.3. Techniques
- 1.8.4. Qui est responsable de la conservation?

1.9. Étude du contexte des biens culturels et des collections patrimoniales I

- 1.9.1. Quelle est la valeur des objets culturels?
- 1.9.2. Les matériaux utilisés dans la conservation des objets culturels et des collections patrimoniales
- 1.9.3. Stockage
- 1.9.4. Exposition

1.10. Étude du contexte des biens culturels et des collections patrimoniales II

- 1.10.1. Qu'est-ce qui est impliqué et qui est chargé de l'emballage?
- 1.10.2. Le conditionnement des biens culturels et des collections patrimoniales
- 1.10.3. Le transport des biens culturels et des collections patrimoniales
- 1.10.4. Manipulation des biens culturels et des collections patrimoniales

Module 2. Gestion des musées, galeries et expositions**2.1. Musées et galeries**

- 2.1.1. Evolution du concept de musée
- 2.1.2. Histoire des musées
- 2.1.3. Typologies basées sur le contenu
- 2.1.4. Contenus

2.2. Organisation des musées

- 2.2.1. Quelles sont les fonctions d'un musée?
- 2.2.2. Le cœur du musée: les collections
- 2.2.3. Le musée invisible: les réserves
- 2.2.4. Le programme DOMUS: système intégré de documentation et de gestion du musée

2.3. Diffusion et communication du musée

- 2.3.1. Planification
- 2.3.2. Formes et types d'expositions
- 2.3.3. Espaces de diffusion et de communication
- 2.3.4. Musées et tourisme culturel
- 2.3.5. Image de marque

2.4. La gestion des musées

- 2.4.1. Gestion et administration
- 2.4.2. Sources de financement: publiques et privées
- 2.4.3. Associations d'Amis des Musées
- 2.4.4. Le magasin

2.5. Le rôle du musée dans la société de l'information

- 2.5.1. Différences entre muséologie et muséographie
- 2.5.2. Le rôle du musée dans la société d'aujourd'hui
- 2.5.3. Les technologies de l'information et de la communication au service du musée
- 2.5.4. Les applications pour les appareils mobiles

2.6. Le marché de l'art et les collectionneurs

- 2.6.1. Qu'est-ce que le marché de l'art?
- 2.6.2. Le commerce de l'art
 - 2.6.2.1. Circuits
 - 2.6.2.2. Marchés
 - 2.6.2.3. Internationalisation
- 2.6.3. Les foires d'art les plus importantes au monde
 - 2.6.3.1. Structure
 - 2.6.3.2. Organisation
- 2.6.4. Tendances en matière de collecte internationale

2.7. Les galeries d'art

- 2.7.1. Comment planifier une galerie d'art
- 2.7.2. Fonctions et constitution des galeries d'art
- 2.7.3. Vers une nouvelle typologie des galeries
- 2.7.4. Comment les galeries sont-elles gérées
 - 2.7.4.1. Artistes
 - 2.7.4.2. Marketing
 - 2.7.4.3. Marchés
- 2.7.5. Différences entre les musées, les salles d'exposition et les galeries

2.8. Les artistes et leurs expositions

- 2.8.1. La reconnaissance de l'artiste
- 2.8.2. L'artiste et son œuvre
- 2.8.3. les droits d'auteur et la propriété intellectuelle
- 2.8.4. Prix et opportunités
 - 2.8.4.1. Concours
 - 2.8.4.2. Subventions
 - 2.8.4.3. Récompenses
- 2.8.5. Revues spécialisées
 - 2.8.5.1. Critiques d'art
 - 2.8.5.2. Journaliste culturel

2.9. Les motivations de la culture

- 2.9.1. Ce que représente la culture
- 2.9.2. Ce que la culture offre
- 2.9.3. Ce dont la culture a besoin
- 2.9.4. Promouvoir la culture

2.10. Bases de la muséographie didactique dans les musées d'art

- 2.10.1. Expositions d'art et musées d'art: le fait différentiel
- 2.10.2. Quelques témoignages et opinions sur tout cela: de Boadella à Gombrich
- 2.10.3. L'art comme ensemble de conventions

- 2.10.4. L'art inscrit dans des traditions culturelles très spécifiques
- 2.10.5. L'art dans les musées et les espaces de présentation du patrimoine
- 2.10.6. L'art et la didactique
- 2.10.7. L'interactivité comme ressource didactique dans les musées d'art

Module 3. Documentation culturelle: catalogage et recherche

3.1. Documentation des musées

- 3.1.1. Qu'est-ce que la documentation muséale?
- 3.1.2. Qu'est-ce que la documentation muséale?
- 3.1.3. Les musées comme centres de collecte de documentation
- 3.1.4. La documentation relative aux objets de musée

3.2. La gestion de l'information et son application pratique

- 3.2.1. Description de la gestion de l'information
- 3.2.2. Emergence et développement de la gestion de l'information
 - 3.2.2.1. 20ème siècle
 - 3.2.2.2. Événements actuels
- 3.2.3. Les outils de mise en œuvre de la gestion de l'information
- 3.2.4. Qui peut être en charge de la gestion de l'information

3.3. Le système documentaire I

- 3.3.1. Le contenu documentaire des archives
 - 3.3.1.1. L'archivage dans la gestion des documents
 - 3.3.1.2. Importances des archives documentaires
- 3.3.2. Rôles du personnel des archives
- 3.3.3. Les outils documentaires
 - 3.3.3.1. Enregistrement
 - 3.3.3.2. Inventaire
 - 3.3.3.3. Catalogue

3.4. Système documentaire II

- 3.4.1. Documentation
 - 3.4.1.1. Graphique
 - 3.4.1.2. Technique
 - 3.4.1.3. Restauration
- 3.4.2. Mouvements et fonds documentaires
- 3.4.3. Documentation administrative et archivage

3.5. Normalisation documentaire

- 3.5.1. Outils de contrôle terminologique
 - 3.5.1.1. Listes hiérarchiques
 - 3.5.1.2. Dictionnaires
 - 3.5.1.3. Thésaurus
- 3.5.2. Normes de qualité
- 3.5.3. Application des TIC

3.6. La recherche dans les musées

- 3.6.1. Cadre théorique
- 3.6.2. Documentation ou recherche
- 3.6.3. Processus de gestion de l'information

3.7. Plateformes de diffusion des collections et des projets

- 3.7.1. Transfert de connaissances
- 3.7.2. Les réseaux sociaux
- 3.7.3. Moyens de communication

3.8. L'éducation dans le contexte du patrimoine et des musées

- 3.8.1. Didactique des musées
- 3.8.2. Le rôle des musées et des galeries dans l'éducation
- 3.8.3. Cadre théorique de l'apprentissage
 - 3.8.3.1. Formel
 - 3.8.3.2. Non-formel
 - 3.8.3.3. Informel

3.9. Médiation et expériences participatives

- 3.9.1. Éducation à l'égalité et à l'intégrité
- 3.9.2. Propositions pour la sensibilisation et le respect de l'environnement
- 3.9.3. Sociomuséologie

3.10. Les services d'éducation et d'action culturelle

- 3.10.1. Histoire
- 3.10.2. Structure
- 3.10.3. Fonctions

Module 4. Gestion culturelle de la musique et de la danse
4.1. Conceptualisations et sources

- 4.1.1. Les relations dans la gestion culturelle
 - 4.1.1.1. Économique
 - 4.1.1.2. Sociologie
 - 4.1.1.3. Art
- 4.1.2. La rareté des *Databases* et des enquêtes fiables
- 4.1.3. Sources
 - 4.1.3.1. Sites web
 - 4.1.3.2. Critique
 - 4.1.3.3. Presse (tous types)

4.2. Musique et danse

- 4.2.1. Arts
 - 4.2.1.1. Dans le temps
 - 4.2.1.2. Dans l'espace
- 4.2.3. Les ressources humaines pour développer la musique et la danse
- 4.2.4. Le disque et la vidéo
- 4.2.5. Aperçu des genres dans le monde

4.3. Sources de financement

- 4.3.1. Aperçus historiques
- 4.3.2. Subventions pour les arts du canon classique au cours des 70 dernières années
- 4.3.3. Réflexions sur les modèles
- 4.3.4. Musique et danse du canon non-classique

4.4. Types d'organisations et ressources humaines

- 4.4.1. Questions de principe
 - 4.4.1.1. Entités productrices
 - 4.4.1.2. Entités de programmation
 - 4.4.1.3. Entités mixtes
- 4.4.2. Orchestres symphoniques
 - 4.4.2.1. Figure du directeur
 - 4.4.2.2. Le rôle du directeur musical
- 4.4.3. Les orchestres de chambre
- 4.4.4. Les compagnies d'opéra

- 4.4.5. Compagnies de ballet
- 4.4.6. Auditoriums
- 4.4.7. Festivals
- 4.4.8. Les groupes de musique les plus importants au monde

4.5. Infrastructures

- 4.5.1. Typologies
 - 4.5.1.1. Théâtres
 - 4.5.1.2. Musées
 - 4.5.1.3. Étapes
 - 4.5.1.4. Colisée
 - 4.5.1.5. Autre
- 4.5.2. Tailles et nombre de places assises
- 4.5.3. Emplacement et transport

4.6. Le public

- 4.6.1. Quels types de public trouve-t-on dans la musique et la danse?
- 4.6.2. Relation entre l'offre et le public
- 4.6.3. La variable du type de consommation
- 4.6.4. La variable de l'âge
- 4.6.5. La variable éducation-culture
- 4.6.6. La variable socio-économique

4.7. Les prix et leurs principaux problèmes

- 4.7.1. L'organisation de l'offre
 - 4.7.1.1. Cycles
 - 4.7.1.2. Saisons
 - 4.7.1.3. Engrais
 - 4.7.1.4. Programmes
 - 4.7.1.5. Fonctions
- 4.7.2. Sphères publique et privée en relation avec les prix
- 4.7.3. De la Madone au chant grégorien

4.8. Le choix des répertoires: niches saturées versus niches abandonnées

- 4.8.1. Les problèmes
- 4.8.2. L'artiste avant son art
- 4.8.3. Y a-t-il un excès de formats et de répertoires?
- 4.8.4. Les faiseurs d'opinion ont-ils une influence négative?
- 4.8.5. Le profil des programmeurs
- 4.8.6. Les goûts personnels et la culture musicale des programmeurs
- 4.8.7. Existe-t-il des solutions?

4.9. Les éléments nécessaires

- 4.9.1. Gestion de la musique et de la danse
- 4.9.2. Politiciens
- 4.9.3. Agences et agents de concerts
- 4.9.4. Critiques musicaux
- 4.9.5. Radio et télévision
- 4.9.6. Labels de disques et de vidéos

4.10. La gestion du patrimoine musical et du droit d'auteur

- 4.10.1. Les supports écrits et le droit d'auteur
 - 4.10.1.1. Comédies musicales
 - 4.10.1.2. Chorégraphie
 - 4.10.1.3. Droits d'auteur
- 4.10.2. Répertoires historiques
 - 4.10.2.1. Problèmes d'éditions
 - 4.10.2.2. Facilités d'autoédition

- 4.10.3. Répertoires classiques
 - 4.10.3.1. Problèmes de coûts
 - 4.10.3.2. Problèmes liés à la faiblesse des collections
- 4.10.4. Les premiers répertoires dans les canons populaires urbains et de jazz
- 4.10.5. Archives musicales des répertoires inédits, manuscrits ou écrits
- 4.10.6. Bibliothèques sonores
- 4.10.7. Le cas particulier des danses

Module 5. Gestion du tourisme culturel

5.1. Introduction au patrimoine culturel

- 5.1.1. Le tourisme culturel
- 5.1.2. Le patrimoine culturel
- 5.1.3. Ressources du tourisme culturel

5.2. La durabilité comme référence dans le tourisme et le patrimoine culturel

- 5.2.1. Concept de durabilité urbaine
- 5.2.2. Durabilité du tourisme
- 5.2.3. Durabilité culturelle

5.3. La capacité de charge et son application dans les destinations touristiques

- 5.3.1. Conceptualisation
- 5.3.2. Dimensions de la capacité d'accueil touristique
- 5.3.3. Études de cas
- 5.3.4. Approches et propositions pour l'étude de la capacité d'accueil touristique

5.4. Utilisation touristique de l'espace

- 5.4.1. Flux de visiteurs et sites touristiques patrimoniaux
- 5.4.2. Modèles généraux de mobilité et d'utilisation de l'espace par les touristes
- 5.4.3. Tourisme et sites patrimoniaux: effets et problèmes liés aux flux touristiques

5.5. Les défis de la gestion de l'espace

- 5.5.1. Stratégies de diversification de l'utilisation touristique de l'espace
- 5.5.2. Mesures de gestion de la demande touristique
- 5.5.3. Mise en valeur du patrimoine et contrôle de l'accessibilité
- 5.5.4. Gestion des visiteurs dans les sites patrimoniaux avec des modèles de visite complexes. Études de cas

5.6. Produit touristique culturel

- 5.6.1. Tourisme urbain et culturel
- 5.6.2. Culture et tourisme
- 5.6.3. Transformations du marché des voyages culturels

5.7. Politiques de conservation du patrimoine

- 5.7.1. Conservation vs. Exploitation du patrimoine
- 5.7.2. Réglementation internationale
- 5.7.3. Politiques de conservation

5.8. Gestion des ressources culturelles dans la zone touristique

- 5.8.1. Promotion et gestion du tourisme urbain
- 5.8.2. Gestion du tourisme patrimonial
- 5.8.3. Gestion publique et privée

5.9. Employabilité dans le tourisme culturel

- 5.9.1. Caractéristiques de l'employabilité dans le tourisme culturel
- 5.9.2. Recherche et profils dans le tourisme culturel
- 5.9.3. Le guide touristique et l'interprétation du patrimoine

5.10. Études de cas de réussites en matière de gestion du patrimoine culturel dans le domaine du tourisme

- 5.10.1. Stratégies de développement culturel et touristique du patrimoine local
- 5.10.2. La gestion associative d'un projet public

- 5.10.3. L'analyse des visiteurs comme outil de gestion culturelle
- 5.10.4. Les politiques locales de promotion du tourisme et les grands sites culturels
- 5.10.5. Planification et gestion du tourisme local dans une ville du patrimoine mondial

Module 6. Le marketing sur le marché culturel
6.1. La culture en dehors de l'industrie

- 6.1.1. Le marché de l'art
 - 6.1.1.1. L'environnement de l'industrie culturelle et créative: la place des organisations culturelles dans la société
 - 6.1.1.2. L'impact économique mondial de l'industrie culturelle et créative
- 6.1.2. Le patrimoine culturel et les arts du spectacle
 - 6.1.2.1. Le patrimoine culturel et les arts du spectacle dans la société
 - 6.1.2.2. Le patrimoine culturel et les arts du spectacle dans les médias

6.2. Industries culturelles

- 6.2.1. Le concept d'industrie culturelle
 - 6.2.1.1. L'industrie de l'édition
 - 6.2.1.2. L'industrie musicale
 - 6.2.1.3. L'industrie cinématographique

6.3. Le journalisme et l'art

- 6.3.1. Nouvelles et anciennes formes de communication
 - 6.3.1.1. Débuts et évolution de l'art dans les médias
 - 6.3.1.2. Nouvelles formes de communication et d'écriture

6.4. La culture dans le monde numérique

- 6.4.1. La culture dans le monde numérique
- 6.4.2. L'omniprésence du visuel. Les controverses de l'ère numérique
- 6.4.3. La transmission d'informations à travers Les jeux vidéo
- 6.4.4. L'art collaboratif

6.5. La structure des médias

- 6.5.1. Le secteur de l'audiovisuel et de la presse
 - 6.5.1.1. L'impact des grands groupes de médias sur la culture
 - 6.5.1.2. Les plateformes en direct, un défi pour les médias traditionnels
- 6.5.2. Le secteur du journalisme culturel
 - 6.5.2.1. Le marché culturel dans un monde globalisé. Vers l'homogénéisation ou la diversification?

6.6. Introduction au Marketing

- 6.6.1. Les 4 P
 - 6.6.1.1. Les bases du marketing
 - 6.6.1.2. Le marketing mix
 - 6.6.1.3. La nécessité (ou non) du marketing sur le marché culturel
- 6.6.2. Le marketing et le consumérisme
 - 6.6.2.1. La consommation de la culture
 - 6.6.2.2. La qualité comme facteur transversal des produits d'information

6.7. Marketing et valeur: l'art pour l'art, l'art dans les agendas idéologiques et l'art en tant que produit commercial

- 6.7.1. L'art pour l'art
 - 6.7.1.1. L'art des masses. L'homogénéité de l'art et sa valeur
 - 6.7.1.2. L'art est-il créé pour les médias ou les médias transmettent-ils l'art?

- 6.7.2. L'art dans les programmes idéologiques
 - 6.7.2.1. Art, politique et activisme
 - 6.7.2.2. Le symbolisme de base dans l'art
- 6.7.3. L'art en tant que produit du marché
 - 6.7.3.1. L'art dans la publicité
 - 6.7.3.2. Gestion culturelle pour un développement réussi de l'œuvre

6.8. Marketing des principales industries culturelles

- 6.8.1. Tendances actuelles dans les principales industries culturelles
 - 6.8.1.1. Les besoins des consommateurs représentés dans les entreprises
 - 6.8.1.2. Produits culturels à succès dans les médias

6.9. La recherche comme outil central de marketing

- 6.9.1. Collecte de données sur le marché et les consommateurs
 - 6.9.1.1. Différenciation par rapport aux concurrents
 - 6.9.1.2. Autres stratégies de recherche

6.10. L'avenir du marketing culturel

- 6.10.1. L'avenir du marketing culturel
 - 6.10.1.1. Tendances du marketing culturel
 - 6.10.1.2. Les produits culturels ayant le plus grand potentiel commercial

Module 7. Production et gestion dans la gestion culturelle

7.1. Instruments de gestion des organisations culturelles I

- 7.1.1. Gestion Culturelle
- 7.1.2. Classification des produits culturels
- 7.1.3. Objectifs de la gestion culturelle

7.2. Instruments pour la gestion des organismes culturels II

- 7.2.1. Organisations culturelles
- 7.2.2. Typologie
- 7.2.3. UNESCO

7.3. Collecte et mécénat

- 7.3.1. L'art de la collection
- 7.3.2. Les développeurs du goût de la collection à travers l'histoire
- 7.3.3. Les types de collections

7.4. Le rôle des fondations

- 7.4.1. Qu'est-ce qu'une fondation?
- 7.4.2. Associations et fondations
 - 7.4.2.1. Différences
 - 7.4.2.2. Similitudes
- 7.4.3. Exemples de Fonctions culturelles dans le monde

7.5. Le développement culturel dans les organisations du troisième secteur

- 7.5.1. Que sont les organisations du troisième secteur?
- 7.5.2. Rôle des organisations du troisième secteur dans la société
- 7.5.3. Réseaux

7.6. Institutions et organismes publics

- 7.6.1. Modèle organisationnel de la politique culturelle en Europe
- 7.6.2. Principales institutions publiques en Europe
- 7.6.3. L'action culturelle des organisations internationales européennes

7.7. Le patrimoine culturel

- 7.7.1. La culture comme marque de pays
- 7.7.2. Politiques culturelles
 - 7.7.2.1. Institutions
 - 7.7.2.2. Figures
- 7.7.3. La culture comme patrimoine de l'humanité

7.8. Diffusion du patrimoine culturel

- 7.8.1. Qu'est-ce que le patrimoine culturel?
- 7.8.2. Gestion publique
- 7.8.3. La gestion privée
- 7.8.4. Gestion coordonnée

7.9. Création et gestion de projets

- 7.9.1. Qu'est-ce que la création et la gestion de projets?
- 7.9.2. Productions
 - 7.9.2.1. Le public
 - 7.9.2.2. Privées
 - 7.9.2.3. Coproductions
 - 7.9.2.4. Autre
- 7.9.3. Planification de la gestion culturelle

7.10. Art, entreprise et société

- 7.10.1. Le troisième secteur comme opportunité sociale
- 7.10.2. L'engagement social des entreprises à travers les différents types d'art
 - 7.10.2.1. Inversion
 - 7.10.2.2. Rentabilité
 - 7.10.2.3. Promotion
 - 7.10.2.4. Profit

- 7.10.3. L'art en tant qu'inclusion et transformation de la société

- 7.10.4. Le théâtre comme opportunité sociale
- 7.10.5. Festivals impliquant la citoyenneté

Module 8. Technologie et design pour la promotion culturelle**8.1. L'importance de l'image aujourd'hui**

- 8.1.1. MTV
 - 8.1.1.1. L'émergence de MTV
 - 8.1.1.2. Vidéoclip
- 8.1.2. De MTV à YouTube
- 8.1.3. Ancien marketing vs. ère numérique

8.2. La création de contenu

- 8.2.1. Conviction dramatique de base
 - 8.2.1.1. Objectif de la mise en scène
 - 8.2.1.2. Stratégie esthétique-stylistique
 - 8.2.1.3. Le passage du théâtre au reste des arts
- 8.2.2. Target du consommateur global
- 8.2.3. La création de contenu
 - 8.2.3.1. *Flyer*
 - 8.2.3.2. *Teaser*
 - 8.2.3.3. Les réseaux sociaux
- 8.2.4. Médias de diffusion

8.3. Graphiste et *Community Manager*

- 8.3.1. Phases de la réunion
- 8.3.2. Pourquoi est-il nécessaire d'avoir un graphiste?
- 8.3.3. Le rôle du *Community Manager*

8.4. Inclusion des créateurs dans les supports d'affichage classiques

- 8.4.1. Inclusion des TIC
 - 8.4.1.1. Sphère personnelle
 - 8.4.1.2. Sphère professionnelle
- 8.4.2. Ajout des DJ et VJ
 - 8.4.2.1. Utilisation du DJ et du VJ dans les spectacles
 - 8.4.2.2. Utilisation du DJ et du VJ dans le théâtre
 - 8.4.2.3. Utilisation du DJ et du VJ dans la danse

- 8.4.2.4. Utilisation de DJ et VJ dans les événements
- 8.4.2.5. Utilisation de DJ et VJ dans les événements sportifs
- 8.4.3. Illustrateurs en temps réel
 - 8.4.3.1. Arène
 - 8.4.3.2. Dessin
 - 8.4.3.3. Transparents
 - 8.4.3.4. Récit visuel

8.5. Les TIC pour la scène et la création I

- 8.5.1. Videoprojection, *videowall*, *videosplitting*
 - 8.5.1.1. Différences
 - 8.5.1.2. Évolution
 - 8.5.1.3. De l'incandescence au phosphore laser
- 8.5.2. L'utilisation de logiciels dans les spectacles
 - 8.5.2.1. Qu'est-ce qui est utilisé?
 - 8.5.2.2. Pourquoi sont-ils utilisés?
 - 8.5.2.3. Comment favorisent-ils la créativité et l'affichage?
- 8.5.3. Le personnel technique et artistique
 - 8.5.3.1. Rôles
 - 8.5.3.2. Gestion

8.6. Les TIC pour la scène et la création II

- 8.6.1. Technologies interactives
 - 8.6.1.1. Pourquoi sont-ils utilisés?
 - 8.6.1.2. Avantages
 - 8.6.1.3. Inconvénients
- 8.6.2. AR
- 8.6.3. VR
- 8.6.4. 360°

8.7. Les TIC pour la scène et la création III

- 8.7.1. Les moyens de partager l'information
 - 8.7.1.1. Boîte de dépôt
 - 8.7.1.2. Drive
 - 8.7.1.3. iCloud
 - 8.7.1.4. WeTransfer
- 8.7.2. Les réseaux sociaux et leur diffusion
- 8.7.3. Utilisation des TIC dans les spectacles vivants

8.8. Médias d'affichage

- 8.8.1. Médias conventionnels
 - 8.8.1.1. Qu'est-ce que c'est?
 - 8.8.1.2. Lesquels sont connus?
 - 8.8.1.3. Petit format
 - 8.8.1.4. Le grand format
- 8.8.2. Supports non conventionnels
 - 8.8.2.1. Qu'est-ce que c'est?
 - 8.8.2.2. Quels sont-ils?
 - 8.8.2.3. Où et comment peuvent-ils être utilisés?
- 8.8.3. Exemples

8.9. Les événements d'entreprise

- 8.9.1. Les événements d'entreprise
 - 8.9.1.1. Qu'est-ce que c'est?
 - 8.9.1.2. Qu'est-ce qu'on cherche?
- 8.9.2. L'examen concret 5W+1H appliqué au niveau de l'entreprise
- 8.9.3. Les supports les plus couramment utilisés

8.10. Production audiovisuelle

- 8.10.1. Ressources audio-visuelles
 - 8.10.1.1. Ressources dans les musées
 - 8.10.1.2. Ressources sur scène
 - 8.10.1.3. Ressources lors de manifestations
- 8.10.2. Types de prises de vue
- 8.10.3. L'émergence des projets
- 8.10.4. Phases du processus

Module 9. Concevoir des événements culturels

9.1. La gestion du projet

- 9.1.1. Collecte d'informations, lancement du projet: que faire?
- 9.1.2. Étude des emplacements possibles
- 9.1.3. Avantages et inconvénients des options choisies

9.2. Techniques de recherche. *Réflexion sur le design*

- 9.2.1. Cartographie des parties prenantes
- 9.2.2. *Focus Group*
- 9.2.3. *Bench Marking*

9.3. *Desing Thinking* expérimentale

- 9.3.1. Immersion cognitive
- 9.3.2. Observation secrète
- 9.3.3. *World café*

9.4. Définition du public cible

- 9.4.1. A qui s'adresse l'événement?
- 9.4.2. Pourquoi organisons-nous l'événement?
- 9.4.3. Quel est le but de l'événement?

9.5. Tendances

- 9.5.1. Nouvelles tendances en matière de mise en scène
- 9.5.2. Entrées numériques
- 9.5.3. Événements immersifs et expérientiels

9.6. Personnalisation et conception spatiale

- 9.6.1. Adaptation de l'espace à la marque
- 9.6.2. *Branding*
- 9.6.3. Manuel de la marque

9.7. Marketing expérientiel

- 9.7.1. Vivre l'expérience
- 9.7.2. Événement immersif
- 9.7.3. Entretenir la mémoire

9.8. Signalisation

- 9.8.1. Techniques de signalisation
- 9.8.2. La vision de l'accompagnateur
- 9.8.3. Cohérence de l'histoire. Événement avec signalisation

9.9. Les lieux de l'événement

- 9.9.1. Études des lieux possibles. Les 5 pourquoi
- 9.9.2. Choix du lieu en fonction de l'événement
- 9.9.3. Critères de sélection

9.10. Mise en scène proposée. Types de lieux

- 9.10.1. Nouvelles propositions de mise en scène
- 9.10.2. Priorité à la proximité de l'orateur
- 9.10.3. Scénarios liés à l'interaction

Module 10. Planification d' événements culturels

10.1. *Timing* et organisation du programme

- 10.1.1. Temps disponible pour l'organisation de l'événement
- 10.1.2. Jours de l'événement
- 10.1.3. Activités de l'événement

10.2. Organisation des espaces

- 10.2.1. Nombre de participants attendus
- 10.2.2. Nombre de salles simultanées
- 10.2.3. Format des salles

10.3. Intervenants et invités

- 10.3.1. Choix des orateurs
- 10.3.2. Contact et confirmation des intervenants
- 10.3.3. Gestion de la présence des intervenants

10.4. Protocole

- 10.4.1. Événail des personnalités invitées
- 10.4.2. Dispositions relatives à la présidence
- 10.4.3. Organisation des parlements

10.5. Sécurité

- 10.5.1. Le contrôle d'accès: l'angle de la sécurité
- 10.5.2. Coordination avec le FCSE
- 10.5.3. Contrôle interne des espaces

10.6. Urgences

- 10.6.1. Plan d'évacuation
- 10.6.2. Évaluation des besoins en cas de d'urgence
- 10.6.3. Mise en place d'un point d'assistance médicale

10.7. Connaissances

- 10.7.1. Évaluation des capacités
- 10.7.2. Répartition des participants au siège
- 10.7.3. Capacités maximales et décisions à prendre

10.8. Accès

- 10.8.1. Étude du nombre d'accès
- 10.8.2. Capacité de chacun des accès
- 10.8.3. Calcul des *Timing* d'entrée et de sortie à chaque accès

10.9. Transport

- 10.9.1. Évaluation des possibilités de transport
- 10.9.2. Accessibilité des transports
- 10.9.3. Transports personnels ou publics. Avantages et inconvénients

10.10. Sites

- 10.10.1. Combien de lieux l'événement comporte-t-il
- 10.10.2. Où sont-ils situés
- 10.10.3. Facilité d'accès aux sites



“

Un programme 100% en ligne qui vous permettra de concevoir et de planifier un événement culturel du début à la fin en appliquant les dernières tendances”

07

Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: ***le 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 laisse de côté l'apprentissage linéaire conventionnel au profit des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui a prouvé son énorme efficacité, notamment dans les matières dont la mémorisation est essentielle”

TECH Business School utilise l'Étude de Cas pour contextualiser tout le contenu.

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

“

Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



Notre programme vous prépare à relever les défis commerciaux dans des environnements incertains et à faire réussir votre entreprise.



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

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Ce programme TECH est un parcours de formation intensif, créé de toutes pièces pour offrir aux managers des défis et des décisions commerciales au plus haut niveau, 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 commerciale la plus actuelle.



Vous apprendrez, par le biais d'activités collaboratives et de cas réels, la résolution de situations complexes dans des environnements professionnels réels

La méthode des cas est 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. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs 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 différents éléments didactiques dans chaque leçon.

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

Notre système en ligne vous permettra d'organiser votre temps et votre rythme d'apprentissage, en l'adaptant à votre emploi du temps. Vous pourrez accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou mobile doté d'une connexion Internet.

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 école de commerce est la seule école autorisée à employer cette méthode fructueuse. 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 se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). C'est pourquoi nous combinons chacun de ces éléments de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. 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 avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

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

Ce programme offre le support matériel pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, 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, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



Cours magistraux

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

La méthode "Learning from an Expert" permet au professionnel de renforcer ses connaissances ainsi que sa mémoire, puis lui permet d'avoir davantage confiance en lui concernant la prise de décisions difficiles.



Stages en compétences de gestion

Ceux-ci mèneront des activités visant à développer des compétences de gestion spécifiques dans chaque domaine thématique. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités dont un cadre supérieur a besoin dans le contexte de la mondialisation dans lequel nous vivons.



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. 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 direction d'entreprise sur la scène internationale.



Résumés interactifs

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont évaluées et réévaluées périodiquement tout au long du programme, par des activités et des exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



08

Profil de nos étudiants

Le programme s'adresse aux diplômés et aux titulaires d'un certificat universitaire ayant déjà obtenu l'un des diplômes suivants dans les domaines des sciences sociales et juridiques, des sciences humaines et de l'économie.

La diversité des participants, avec des profils académiques différents et de multiples nationalités, constitue l'approche multidisciplinaire de ce programme.

Le Executive Mastère peut également être suivi par des professionnels qui, ayant obtenu un diplôme universitaire dans n'importe quel domaine, ont une expérience professionnelle dans le domaine de la gestion culturelle.



“

Si vous souhaitez progresser dans votre carrière professionnelle en tant que gestionnaire culturel, TECH a conçu un programme destiné à vous apporter les connaissances les plus récentes et les plus avancées dans ce domaine”

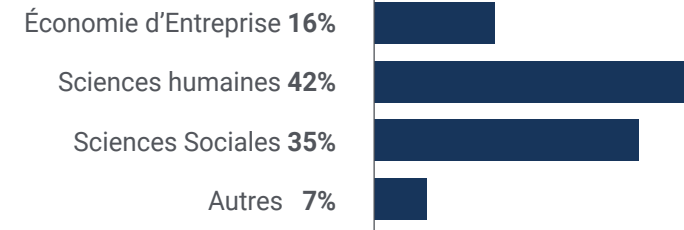
Moyenne d'âge

Entre **35** et **45** ans

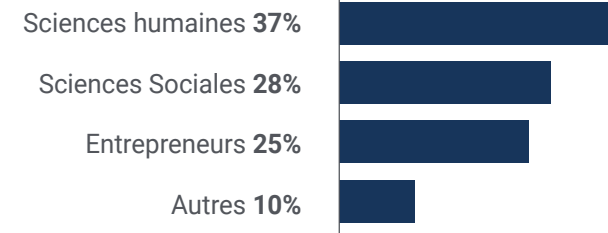
Années d'expérience



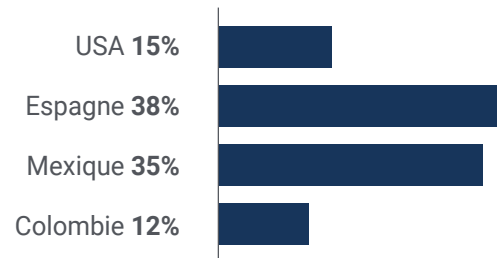
Formation



Profil Académique



Distribution géographique



Enrique Mendoza

Gestionnaire culturel

"Grâce à ce programme, j'ai pu mettre à jour mes connaissances en matière de gestion culturelle et mieux adapter mes programmes aux nouvelles tendances numériques, sans perdre l'essence des disciplines artistiques. Ainsi, ce diplôme m'a permis de progresser dans ma carrière professionnelle"

09

Impact sur votre carrière

Ce programme permettra au professionnel qui le Executive Mastère d'obtenir une vision générale, mais en même temps une perspective actuelle et créative de la direction et de la gestion dans le secteur culturel. L'objectif final de ce diplôme n'est autre que de fournir les informations les plus pertinentes, essentielles et productives pour que les étudiants puissent évoluer dans leur environnement de travail.



“

Votre carrière professionnelle se développera grâce aux connaissances exhaustives que vous recevrez sur les dernières stratégies de marketing utilisées sur le marché culturel”

Vous n'êtes plus qu'à un pas d'atteindre vos objectifs d'amélioration professionnelle. Inscrivez-vous dès maintenant et accédez aux connaissances qui vous permettront de changer de carrière dans le secteur culturel.

Êtes-vous prêt à faire le grand saut? Vous allez booster votre carrière professionnelle.

Le Executive Mastère de TECH est un programme intensif qui prépare les étudiants à relever les défis et à prendre des décisions commerciales dans le domaine culturels. Son principal objectif est de favoriser votre épanouissement personnel et professionnel. Vous aider à atteindre la réussite.

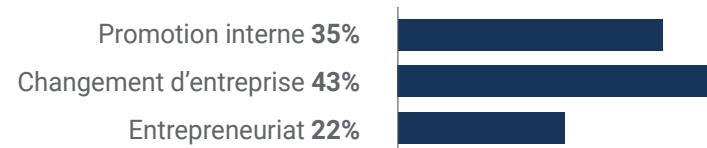
Si vous souhaitez améliorer vos compétences, réaliser un changement positif au niveau professionnel et interagir avec les meilleurs, vous êtes au bon endroit.

Ce Executive Mastère 100% en ligne est idéal pour ceux qui souhaitent obtenir un diplôme universitaire compatible avec d'autres aspects de leur vie.

Le moment du changement



Type de changement



Amélioration du salaire

L'achèvement de ce programme signifie une augmentation de salaire de plus de **25,22%** pour nos étudiants.



10

Bénéfices pour votre entreprise

Le Executive Mastère en Gestion Culturelle contribue aux entreprises qui ont dans leurs organisations des professionnels plus qualifiés et préparés pour faire face aux défis de la gestion dans un secteur hautement compétitif.

Les entreprises qui ont dans leurs organisations des professionnels plus qualifiés et mieux préparés pour faire face aux défis de la gestion dans un secteur hautement compétitif.





“

L'accès à ce diplôme universitaire est une occasion unique d'établir un réseau de contacts dans lequel trouver de futurs partenaires professionnels, clients ou fournisseurs”

Développer et retenir les talents dans les entreprises est le meilleur investissement à long terme.

01

Accroître les talents et le capital intellectuel le capital intellectuel

Le professionnel apportera à l'entreprise de nouveaux concepts, stratégies et perspectives susceptibles d'entraîner des changements importants dans l'organisation.

02

Conserver les cadres à haut potentiel et éviter la fuite des talents

Ce programme renforce le lien entre l'entreprise et le professionnel et ouvre de nouvelles perspectives d'évolution professionnelle au sein de l'entreprise.

03

Former des agents du changement

Vous serez capable de prendre des décisions en période d'incertitude et de crise, aidant ainsi l'organisation à surmonter les obstacles.

04

Des possibilités accrues d'expansion internationale

Grâce à ce programme, l'entreprise entrera en contact avec les principaux marchés de l'économie mondiale.

05

Développement de projets propres

Le professionnel peut travailler sur un projet réel ou développer de nouveaux projets dans le domaine de la R+D ou développement commercial de votre entreprise.

06

Augmentation de la compétitivité

Ce Executive Mastère dotera vos professionnelles des compétences nécessaires pour relever de nouveaux défis et faire progresser l'organisation.

11 Diplôme

Le Executive Mastère en Gestion Culturelle vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Executive Mastère délivré par TECH Université Technologique.



“

Finalisez cette formation avec succès et recevez votre diplôme universitaire sans avoir à vous soucier des déplacements ou des démarches administratives”

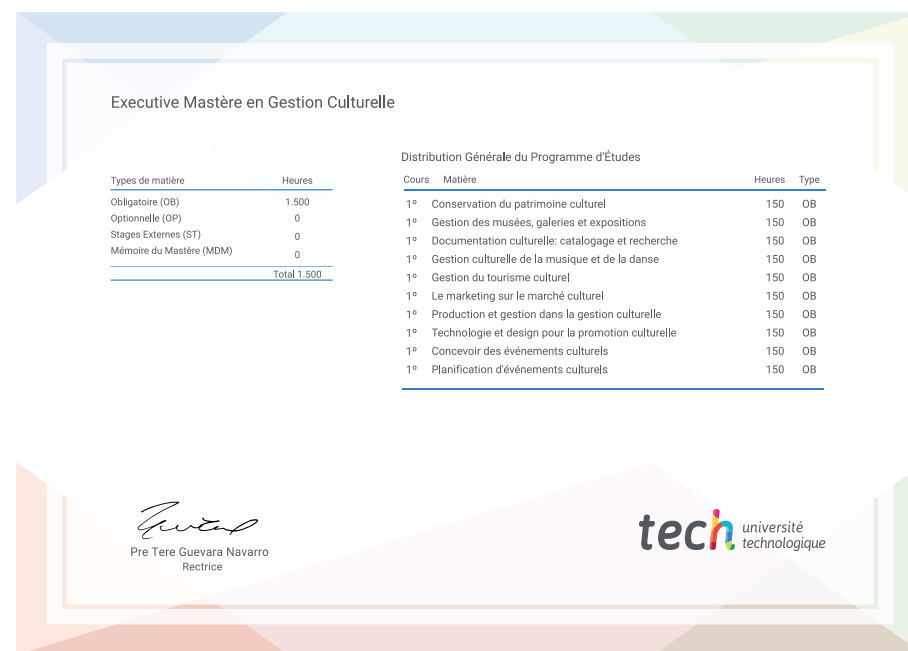
Ce **Executive Mastère en Gestion Culturelle** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception son correspondant diplôme d'**Executive Mastère** délivré par **TECH Université Technologique**.

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

Diplôme: **Executive Mastère en Gestion Culturelle**

N.º d'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.



Executive Mastère Gestion Culturelle

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Executive Mastère Gestion Culturelle

