# Industries culturelles et enjeux de création

ECTS
3 crédits

Composante
UFR Langage, lettres et arts du spectacle, information et communication (LLASIC)

Période de l'année
Printemps (janv. à avril/mai)

## Diplômes intégrant cet élément

- Master Audiovisuel, Médias Interactifs Numériques, Jeux (AMINJ)

**Langue(s) d'enseignement:** Français

**Ouvert aux étudiants en échange:** Non

# Présentation

## Description

Cet enseignement aborde les enjeux actuels de l'industrialisation de l'information et de la communication (enjeux médiatiques, culturels, communicationnels, économiques, juridiques et politiques, etc.) qui sous-tendent la création de contenus, plus particulièrement au sein des filières cinématographiques et audiovisuelles. Il présente l'ensemble de la chaîne de création - production - distribution - diffusion - consommation - régulation de contenus culturels. Il aborde les relations entre industries culturelles et industries de la communication (dont les GAFAM), la mise sur le marché des contenus et leur rencontre avec des publics. Il présente ainsi la structuration en filière de ces industries, leurs spécificités et leurs traits communs. Enfin, il questionne les pratiques professionnelles et les stratégies d'acteurs au regard du cadre réglementaire et des évolutions technologiques et numériques : nouveaux modes de diffusion web, services de médias audiovisuels à la demande (dont VàD), financement participatif, éditorialisation et programmation des contenus, interrelations entre filières, multiplication d'intermédiaires (dont les plateformes numériques intégrant des algorithmes et exploitant le Big Data), etc.

## Objectifs



Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 30 juin 2026

*Développer une analyse critique des enjeux socio-économiques spécifiques aux projets audiovisuels, numériques et vidéoludiques et à leurs industries (culturelles, créatives, etc.) en construisant un cadre réflexif et théorique en SIC.
*Connaître le fonctionnement des industries culturelles afin d'identifier les pratiques professionnelles et les stratégies à l'œuvre (en termes de nature des contenus : qualité, diversité...) qui sous-tendent la création, la production, la distribution, la diffusion et la consommation des contenus.
*Comprendre l'ensemble de chaîne de création - production - distribution - diffusion consommation de produits culturels et médiatiques.
*Saisir les logiques de mise sur le marché des contenus culturels et médiatiques.

*Connaître le cadre réglementaire, le rôle de l'action publique et l'adaptation des politiques.
*Appréhender les modalités d'articulation entre contraintes économiques et artistiques dans la production de contenus.


Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 30 juin 2026