

## ***Master Management des Organisations et Manifestations Culturelles***

---

Le titulaire du master peut postuler pour un doctorat dans un domaine de formation compatible. Le titulaire du master obtient à la fois le diplôme et le grade d'un niveau BAC+5 qui lui permet d'accéder directement au marché du travail à des emplois d'encadrement dans le secteur culturel.

### ***Types d'emplois accessibles***

---

Secteurs d'insertion :

- Les théâtres, musées, salles de spectacles, publics ou privés
- Les équipes d'organisation de Festivals reconnus
- Les grandes manifestations culturelles récurrentes en France ou à l'Étranger
- Les industries culturelles (édition, production, diffusion)
- Les organisations institutionnelles (Services culturels des collectivités territoriales, DRAC, ARCADE)
- Les sociétés civiles au service des artistes (SACEM, SACD, SPEDIDAM, ADAMI...)
- Les grands services de différents ministères et ambassades (Culture, éducation, Social)
- Les grandes associations
- Les services mécénat des organisations culturelles

Types d'emplois accessibles

- Administrateur ou assistant administrateur de structures culturelles
- Gestionnaire (RH, Audit, finance, Marketing, Stratégie, S.I)
- Responsable de communication ou relations publiques
- Responsable du Mécénat, recherche de partenariats et de financements
- Contractuel de la fonction publique (services culturels des collectivités publiques)

### ***Liste des activités visées par le diplôme, le titre ou le certificat :***

---

Nature des activités :

- Gestion et administration d'un secteur d'activité culturelle
- Mise en œuvre de politiques culturelles
- Pilotage et management de productions artistiques, d'organisations et de manifestations culturelles
- Expertise, audit, consulting dans le champ culturel

### ***Compétences ou capacités évaluées:***

---

A l'issue du diplôme les titulaires sont aptes à :

**Réaliser et conduire, faire réaliser et contrôler des études et recherches visant à augmenter l'efficacité et l'efficience des organisations concernées.**

1°) S'appuyer sur des théories pour analyser - Adopter une posture critique - Produire des connaissances et du savoir, - Utiliser les concepts des disciplines académiques de référence (liés à la discipline) - Croiser des approches théoriques et critiquer des approches différentes - Utiliser différents outils de recherche

2°) Maîtriser les techniques d'enquêtes - Rédiger un questionnaire, puis l'administrer, - Bâtir des grilles d'entretien et les mener - Interpréter les données brutes d'une recherche

3°) Savoir analyser les enjeux stratégiques et mettre en œuvre des démarches marketing en vue des publics. Positionnement sur le marché, public cible, analyse forces faiblesses, processus décisionnels.

### **Rechercher, trier et organiser l'information**

- 1°) Rechercher de l'information et circonscrire l'information dont on a besoin
- 2°) Identifier les sources documentaires et les hiérarchiser par ordre de pertinence Savoir où et comment la trouver - Sélectionner de manière pertinente les documents à retenir
- 3°) Lire, comprendre et extraire l'information essentielle des documents retenus
- 4°) Evaluer la fiabilité et l'intérêt d'une source et d'un document
- 5°) Maîtriser les temps de reconstruction des informations utilisables

### **Maîtriser son expression orale devant divers types d'interlocuteurs : en face-à-face, devant un public restreint, ou face à un public important,**

- 1°) Argumenter, défendre un point de vue - Exposer, prendre la parole en public
- 2°) comprendre les points de vue divergents ou opposés, les analyser, les synthétiser
- 3°) S'assurer d'être entendu et compris par ses interlocuteurs et partenaires

### **Construire des supports d'information stratégique et opérationnelle**

*En direction des équipes et des collaborateurs*

- 1°) rédiger des notes, des notes de synthèses, des rapports
- 2°) contrôler la diffusion et la mise en œuvre des décisions
- 3°) intégrer les retours et les réactions à la conception des supports écrits pour mieux les adapter aux publics divers

*En direction des partenaires et interlocuteurs des directions*

- 1°) Synthétiser divers points de vue – Produire une communication de haut niveau
- 2°) Nuancer la construction des rapports et notes en fonction de la sensibilité des récepteurs

### **Animer les équipes de travail, motiver les collaborateurs, gérer les conflits**

- 1°) écouter et intégrer les points de vue des collaborateurs au projet de la structure
- 2°) mobiliser les énergies et les compétences
- 3°) construire la synergie des différentes compétences mobilisées sur un projet, sur une démarche, sur une action

### **Conduire des projets**

- 1°) Concevoir, planifier et mettre en œuvre un projet
- 2°) Travailler sous délai
- 3°) Coordonner les différentes étapes du projet
- 4°) Manager l'information et la communication autour du projet
- 5°) Coordonner les différents acteurs et partenaires du projet
- 6°) Obtenir des sources de financement publics et privés, locaux, nationaux et internationaux

### **Organiser et superviser la veille documentaire**

- 1°) définir les axes et contours de la veille
- 2°) déléguer son activation
- 3°) contrôler son opérationnalité

### **Maîtriser la langue anglaise**

Comprendre, lire, parler pour échanger