

# Economie des médias et modèles d'affaires

Composante  
**Institut d'Administration des Entreprises (IAE)**

Volume horaire  
**30h**

## En bref

- # **Langue(s) d'enseignement:** Français
- # **Méthodes d'enseignement:** En présence
- # **Organisation de l'enseignement:** Formation initiale, Formation continue
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

---

## Présentation

### Description

Les industries génératrices de contenus culturels (presse, édition, cinéma, musique, radio, télévision, nouveaux médias, etc.) sont fortement impactées par la dématérialisation de la chaîne de production et de commercialisation ainsi que par l'irruption d'une grande variété d'innovations liées à la diffusion de nouvelles plateformes technologiques sur l'Internet, telles que les réseaux socio numériques.

De nouveaux paradigmes économiques émergent qui transforment profondément la conception et de développement des biens et services culturels destinés à la jeunesse, qui ouvrent de nouveaux espaces créatifs aux pratiques des utilisateurs et qui conduisent à une réinvention permanente des modèles d'affaires et à un brouillage des frontières des industries culturelles.

D'autres enjeux apparaissent alors en matière de responsabilité sociale pour les groupes médias telles que : l'appropriation de la créativité des consommateurs, la gestion des traces laissés par l'utilisateur et des données personnelles du consommateur, ou encore l'articulation des identités offline et online par les jeunes.

## Heures d'enseignement

Economie des médias et modèles d'affaires - TD	TD	10h
Economie des médias et modèles d'affaires - CM	CM	20h

## Programme détaillé

- 1 - Introduction, objectifs du cours et travail à effectuer
- 2 - Les industries culturelles (1) et les enfants
- 3 - L'approche par les Business Models
- 4 - L'industrie de l'édition et du livre numérique
- 5 - L'industrie du dessin animé et des plateformes de diffusion
- 6 - L'industrie de la télévision et des plateformes de diffusion
- 7- L'industrie du jeu vidéo et des plateformes de diffusion
- 8 - L'industrie des applications ludo-éducatives

## Compétences visées

Comprendre les composantes d'un modèle d'affaires

Rédiger un rapport de synthèse stratégique

Proposer des évolutions d'un modèle d'affaires

## Bibliographie

De La Ville V.I., Brougère G. & Garnier P. (Coord.) (2021). Cultural and Creative Industries of Childhood and Youth – An Interdisciplinary Exploration of New Frontiers, Editions Peter Lang, Bruxelles.

Philippe Chantepie, Alain Le Diberder (2019). Économie des industries culturelles, 3e édition entièrement refondue et mise à jour, Paris : la Découverte, 126 p.

Francis Balle (2017). Les médias, 9e édition, Paris : Presses Universitaires de France, Que sais-je ?, 127 p.

Nadine Toussaint-Desmoulin (2015). L'économie des médias, 9e édition, Paris : Presses Universitaires de France, Que sais-je ?, 127 p.

Yves Evrard et Alain Busson (2015). Le management des industries culturelles et créatives, Paris : Vuibert, 287 p.

Philippe Bouquillion, Bernard Miège & Pierre Moeglin (2013). L'industrialisation des biens symboliques : les industries créatives en regard des industries culturelles, Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble, 252 p.

---

## Infos pratiques

### Lieu(x)

# Angoulême

### En savoir plus

# <https://iae.univ-poitiers.fr/>