

- Faculté des lettres et sciences humaines
- www.unine.ch/lettres

Communiquer et promouvoir le musée (2HA2037)

Filières concernées	Nombre d'heures	Validation	Crédits ECTS
Master en études muséales	Cours: 2 ph	Voir ci-dessous	

ph=période hebdomadaire, pg=période globale, j=jour, dj=demi-jour, h=heure, min=minute

Période d'enseignement:

- Semestre Printemps, Semestre Automne

Equipe enseignante

Thomas Schmutz

Contenu

Ce cours aborde les aspects de base de la promotion et de la communication d'une institution muséale. Il commencera avec une introduction générale qui vise l'analyse des frictions entre la tradition muséale et une tendance économique qui ne parle que marketing, communication et public. Après avoir préparé le terrain, les instruments du marketing et de la communication culturelle seront abordés. Une séance sera consacrée à la question de la recherche des fonds. Le but du cours est l'apprentissage « critique » d'outils de marketing et de communication, p.ex. élaborer un concept de communication, faire une analyse SWOT des moyens de communication qu'un musée utilise.

Forme de l'évaluation

Evaluation interne : Contrôle continu (présence et activité en classe) et lectures des supports proposés sur Moodle, et contrôle à la fin du cours sous la forme d'un travail écrit de 5 à 10 pages (travail en groupe ou travail individuel, cette décision sera prise au début du cours) à rendre 4 semaines après la fin du cours.

Critères d'évaluation : connaissance des lectures obligatoires et des supports proposés sur Moodle ; curiosité et recherche individuelle par rapport aux cas d'études du cours et bonne capacité analytique par rapport au sujet choisi pour le travail écrit.

La note de l'évaluation interne est couplée à celle de l'évaluation interne du cours "Droit et éthique au musée" dans une moyenne pondérée selon le nombre d'ECTS de chaque cours (voir le plan d'études).

Echec : veuillez vous référer à la procédure "Evaluations internes" disponible sur le website de l'IHAM et au "Règlement d'études et d'examens de la Faculté des lettres et des sciences humaines" :

<http://rsn.ne.ch/DATA/program/books/rsne/htm/4163101.htm>

Dès le 20.09.2016 : Nouveau règlement d'études d'examens :

http://www.ne.ch/legislation-jurisprudence/pubfo/ArrRegCE/Documents/2015/FO38_01_DEF_UNINE_R_fish_26mai2015.pdf

Documentation

Patrick Boylan (éd. et coord.), Anne Sauvêtre et Isabelle Verger (trad.), avant propos d'Alissandra Cummins, Comment gérer un musée : manuel pratique, Paris : UNESCO, ICOM, 2006. Voir: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001478/147854f.pdf>

François Colbert; Suzanne Bilodeau; Johanne Brunet; Jacques Nantel; Le marketing des arts et de la culture, 3ième édition, Montréal: Gaetan Morin, 2006.

Lecture des journaux suivants: Le Temps et Neue Zürcher Zeitung par rapport aux sujets du cours.

Les autres documents de cours seront disponibles sur la plate-forme Moodle en format pdf et mis à disposition au plus tard une semaine avant une séance.

Pré-requis

Enseignement réservé aux étudiants de Master en études muséales

Forme de l'enseignement

Conférences; ateliers; exercices et discussions.

Objectifs d'apprentissage

- Faculté des lettres et sciences humaines
- www.unine.ch/lettres

Communiquer et promouvoir le musée (2HA2037)

Au terme de la formation l'étudiant-e doit être capable de :

- Nommer les instruments de marketing et de communication appliqués dans une institution muséale
- Développer des solutions pour la communication/promotion de l'institution muséale
- Distinguer le monde de la culture du monde de l'entreprise privé

Compétences transférables

- Promouvoir l'esprit d'entreprise et la curiosité intellectuelle
- Gérer des priorités
- Travailler en équipe
- Appliquer ses connaissances à des situations concrètes