

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

Gestion, promotion, communication, événements, recherche de fonds (2HA2198)

Filières concernées	Nombre d'heures	Validation	Crédits ECTS
Master en études muséales	Cours: 2 ph	Voir ci-dessous	3

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

Période d'enseignement:

- Semestre Automne

Equipe enseignante

Thomas Schmutz

Contenu

Ce cours 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, gestion, et recherche de fonds.

Les instruments du marketing et de la communication institutionnelle seront abordés. 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, identifier un public cible ou analyser un marché potentiel.

Une séance sera consacrée à la question de la recherche des fonds. Pour toutes ces activités la maîtrise de la gestion du musée est la base.

Le cours présentera des modèles de financement, les modes d'organisation (organigramme) et il analyse la gestion du rapport avec les autorités. Le cours donne les bases pour comprendre les diverses facettes de la gestion des ressources humaines à l'administration général et au financement. Une séance est consacrée à la réalisation d'un événement et à la communication événementielle au sein d'un musée.

Forme de l'évaluation

L'évaluation interne aura lieu à la fin du semestre d'hiver.

Le délai pour rendre le travail/évaluation interne est le 15 juillet 2026 (première tentative).

Un travail de groupe (à deux personnes) porte sur un sujet/une question précis/e. Les étudiantes rendent un texte d'environ 8 pages (avec annexe/bibliographie). Les sujets/questions pour l'évaluation seront proposés/es par l'enseignant.

La présence en cours est obligatoire et constitue une condition de validation de l'enseignement. Un seuil de présence de 70% est toléré. Les étudiant-e-s sont tenu-e-s de prévenir l'enseignant-e de leur absence par mail avant la séance.

En règle générale, l'utilisation de l'IA pour aider à la rédaction des travaux dans le cadre académique est tolérée, dans la mesure où l'étudiant-e le signale expressément dans les notes de bas de page de ses travaux. Pour cela, il-elle s'en réfèrera au Guide sur le travail académique et l'intégrité scientifique rédigé par le rectorat (https://intranet.unine.ch/sacad/wp-content/uploads/sites/27/UniNE_Plagiat_guide_etudiants.pdf). L'utilisation de l'IA sans mention est traitée comme un cas de plagiat.

Modalités de rattrapage

Deuxième tentative : 15 septembre 2026

Documentation

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

Pré-requis

Enseignement réservé aux étudiants du Master en études muséales.

Forme de l'enseignement

Séminaire, atelier, discussion, exercices

Objectifs d'apprentissage

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

Gestion, promotion, communication, événements, recherche de fonds (2HA2198)

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

- Appliquer des instruments (p. ex. gestion de budget) pour gérer un musée
- Développer des premières solutions par rapport aux thématiques du cours (p.ex. savoir établir un organigramme)
- Discuter les problématiques actuelles par rapport à la situation économique des musées
- Distinguer le monde de la culture du monde de l'entreprise privé
- Nommer les instruments de marketing et de communication appliqués dans une institution muséale
- Développer des solutions pour la communication/promotion de l'institution muséale

Compétences transférables

- Stimuler sa créativité
- Concevoir une analyse critique
- Promouvoir l'esprit d'entreprise et développer la curiosité intellectuelle
- Appliquer ses connaissances à des situations concrètes