

REFERENTIEL DE COMPETENCES

MBA spécialisé Ingénierie culturelle et Management

Intitulé	Descriptif et modalités d'évaluation
Gérer un service ou une entreprise culturels, manager des équipes	<ul style="list-style-type: none"> • ANALYSER le contexte social, économique, culturel, politique, environnemental dans lequel s'inscrit l'entreprise ou le service • ANALYSER les pratiques socio-culturelles des publics visés par les services, manifestations ou événements proposés • DEFINIR le positionnement d'une structure et anticiper les évolutions dans le cas d'une création d'entreprise ou d'une association, • ASSURER le développement et la pérennisation • ASSURER la gestion administrative et comptable • ORGANISER la gestion des ressources humaines
Programmer des artistes, des œuvres à présenter au public, à promouvoir ou à commercialiser	<ul style="list-style-type: none"> • DEFINIR les orientations artistiques et culturelles de l'établissement • ÉLABORER un programme et/ou une politique culturelle • COORDONNER, toutes les étapes de la mise en place de la programmation définie • REPERER et DEFENDRE de nouveaux talents, proposer et promouvoir une nouvelle offre artistique. • CONCEVOIR et COORDONNER de la mise en place d'outils permettant la promotion d'artistes ou de productions culturelles • DEFINIR la stratégie de développement de la carrière d'un artiste
Piloter et réaliser un projet, d'une production, d'un événement culturels (concert, exposition, spectacle, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> • DEFINIR et INTERROGER le concept du projet. • ÉVALUER sa pertinence et sa faisabilité. • ÉLABORER le montage budgétaire du projet • COORDONNER et VALIDER le choix des prestataires • VEILLER à ce que toutes les réglementations administratives et de sécurités soient respectées. • COORDONNER toutes les étapes du projet, coordonner et soutenir le travail des collaborateurs. • ANALYSER les données permettant d'évaluer la réussite du projet
Définir et mettre en œuvre d'une stratégie de communication	<ul style="list-style-type: none"> • ÉLABORER une stratégie globale de communication de l'institution culturelle • PILOTER l'élaboration de plan et d'outils de communication. • COORDONNER la mise en œuvre de la stratégie au niveau des relations avec les publics, les médias, les partenaires • DEFINIR les politiques marketing, de communication avec les médias et de médiation culturelle • DEVELOPPER des stratégies de communication spécifiques pour promouvoir les artistes, les productions culturelles et les projets défendus par l'entreprise. • ANALYSER le résultat de chaque action de communication
Expertiser d'art et gérer une collection d'œuvres d'art	<ul style="list-style-type: none"> • EXPERTISER un objet, meuble ou œuvre d'art, estimer le prix d'une œuvre, établir, si nécessaire, un diagnostic pour déterminer les solutions de restauration et de conservation nécessaires • DRESSER un bilan du patrimoine (d'un particulier comme d'une structure) pour préconiser des recommandations en matière de conservation, d'enrichissement ou de transmission de ce patrimoine. • SURVEILLER le marché de l'art international, définir une stratégie de valorisation du patrimoine, de la collection • REPERER et SOUTENIR des artistes dans le cadre du 1er marché • ACQUERIR des œuvres d'art des 1er et 2nd marchés • REALISER une veille permanente sur les profils des nouveaux collectionneurs et les nouveaux circuits de commercialisation des œuvres, en France et à l'international