



Programme 2023/2024

Année 2

Intitulé de la formation : Mastère production « Producteur dans le domaine des industries créatives »
Qualification visée : Titre certifié RNCP niveau 7 « Dirigeant Entrepreneur » en partenariat pédagogique avec l'ESAM

Code 35173, code NSF 310m-312-313
par décision d'enregistrement de France Compétences en date du 16/12/2020, éligible CPF,
formation apprentissage n° 16X31006

Validité du titre : 3 ans

Objectifs : Ce programme de formation (Bac +5) permet aux alternants de suivre à Paris des modules dispensés par des professionnels de la production artistique, culturelle et de divertissement et par des professionnels du domaine juridique ou financier. Les alternants sont formés à des compétences « métiers » opérationnelles et à des compétences transverses et réflexives. Ils pourront ainsi les exercer dans les univers professionnels de leur choix, tels que les entreprises, les sociétés de production, les diffuseurs, les distributeurs, les groupes médias.

L'apprenant poursuit en 2ème année une des 2 expertises choisies en 1^{ère} année en lien avec son projet professionnel :

- Production musicale
- Production audiovisuelle

Total : 469 heures (13 mois)

Organisation : formation en initial ou en alternance : tous les mercredis + 8 semaines dans l'année (Calendrier détaillé sur demande)

Prérequis :

Pour l'année 1 : Etre titulaire d'un titre certifié inscrit au RNCP ou diplôme de niveau 6 ou 180 crédits ECTS validés
Pour l'année 2 : Justifier de 240 crédits ECTS et d'une formation des fondamentaux en production audiovisuelle.

Date de rentrée ISCPA Paris :

Pour plus d'informations : [financement-et-droits-de-scolarite](#)

Date de rentrée : 9 octobre 2023

Date de fin de formation : 11 octobre 2024

Places disponibles : 60

Date limite d'inscription : 31/10/2023 (sous réserve de places disponibles)

Modalités et délais d'accès à la formation

L'ISCPA Paris enregistre les dépôts de candidature directement en ligne tout au long de l'année.

Procédure d'admission : [procedure-et-dossier-de-candidature](#)

Un dossier individuel est constitué par candidat : [candidature-en-ligne](#)

Lors des épreuves d'admission, une grande importance est accordée à la qualité académique, à la personnalité et au projet d'orientation des futurs étudiants.



Le processus d'admission est constitué de 3 épreuves :

- Une épreuve de QCM de type culture générale/actualité
- Une épreuve écrite (de type synthèse ou réflexion)
- Un entretien de motivation individuel qui fait aussi le point sur les compétences acquises et les expériences réalisées dans le domaine de la production.

A partir du moment où les épreuves ont été effectuées, l'ISCPA proclame les résultats dans un délai maximum de 48 heures.

Pour toute demande d'information complémentaire : Mme Stéphanie Chouleur, Responsable Développement & Communication

Téléphone : 01 80 97 65 94

Email : schouleur@groupe-igs.fr

Méthodes pédagogiques : formation en alternance dispensée par des professionnels du domaine d'expertise/parcours sélectionné pour être en adéquation avec les besoins du marché de la production artistique, culturelle ou de divertissement et des médias. Les modules sont dispensés sous forme d'études de cas, de mises en situation concrètes, de conférences et de présentations d'entreprise. Le programme est présenté sous forme de modules généraux.

Moyens techniques et humains mis en œuvre : centre de ressources documentaire (infothèque, installations audiovisuelles et informatiques (plateau TV, studio radio, salles informatiques équipées de logiciels professionnels) ; équipe pédagogique (pôle administratif, direction des études/programmes).

Evaluation : Contrôle continu. Partiels ou livrables (présentation orale et écrite) à chaque fin de module. Réalisation et soutenance d'un dossier professionnel. Examens de rattrapage (le cas échéant).

Suivi et accompagnement : tutorat mémoire, questionnaire d'évaluation des enseignements et de satisfaction, bilans individuels.

Handicap : La formation est accessible aux personnes en situation de handicap.

Etude et mise en place de mesures de compensation possible : <https://www.groupe-igs.fr/pedagogie/mission-handicap>

Hand'IGS : la Mission Handicap du Groupe IGS

Contact : Aude Meynen, coordinatrice mission handicap (psychologue) - handigs@groupe-igs.fr – 01 80 97 46 49

Sanction : Au plan académique, obtention jusqu'à 60 Crédits ECTS.

Autorisation par un jury local/conseil pédagogique/conseil de classe d'accéder à l'épreuve finale de certification.

Accès à la certification pour l'obtention du titre niveau 7 « Dirigeant Entrepreneur ».

Il n'existe pas de passerelles ou équivalence pour cette certification.

L'obtention du titre visé nécessite obligatoirement la validation des 4 blocs. Chaque bloc de compétences peut être évalué séparément et donner lieu en cas de validation à l'établissement d'une attestation spécifique. L'apprenant est alors titulaire d'une certification partielle valable 2 ans, elle est acquise définitivement si elle est issue d'une démarche VAE. Une fois les différents blocs et validations complémentaires acquis, quelles qu'en soient les modalités (VAE/ formation initiale/formation continue...), le titre est alors délivré sur décision du jury d'attribution de titre.

Programme de la formation : **spécialité « Production Audiovisuelle »**

Bloc 1 : Construction et déploiement de la stratégie d'entreprise	C 1.1	Organiser une veille économique, concurrentielle et environnementale du marché national et international pour identifier les opportunités et les risques.	Modules proposés :	177
	C 1.2	Réaliser une analyse interne et externe pour formuler un diagnostic qui intègre les forces et les faiblesses de l'entreprise.		
	C 1.3	Identifier les différentes formes d'opportunités auxquelles l'entreprise est soumise afin de concevoir la vision stratégique (ou l'opportunité de création d'une activité).	Panorama du spectacle vivant, production documentaire, notes d'intention, distribution-vente internationale de long métrage, acquisition et distribution d'œuvres audiovisuelles	
	C 1.4	Formaliser une cartographie des processus et des responsabilités pour optimiser les interactions au sein de l'organisation.		
	C 1.5	Réaliser un business model pour valider la faisabilité économique du projet.	Administration de production, direction de production, stratégie financière, enjeux des conventions collectives, vendre un projet, marketing et insight consommateur....	
	C 1.6	Définir la vision, le plan et les objectifs stratégiques pour déployer le projet et obtenir l'adhésion et le financement des organes de gouvernance.		
	C 1.7	Formaliser les solutions de mise en œuvre (fusion, acquisition, rachat, partenariat) pour déployer la stratégie.		
	C 1.8	Construire son organisation et organiser la répartition des ressources selon les orientations stratégiques pour déployer les activités de l'entreprise sur des pays avec différentes cultures		
Bloc 2 : Pilotage de l'innovation et déploiement de l'offre en France et à l'international	C 2.1	Identifier les opportunités de croissance et promouvoir la politique d'innovation, (produits, services et procédés), pour développer un avantage concurrentiel.	Modules proposés :	105
	C 2.2	Protéger et financer l'innovation en France et à l'international pour assurer la pérennité de son activité.	Panorama du spectacle vivant, préparation aux rencontres des lieux culturels, production documentaire, notes d'intention, les nouveaux diffuseurs, distribution-vente internationale de long métrages, format à l'international, assurances risques spéciaux	
	C 2.3	Identifier et formaliser les partenariats pour créer son offre de produits ou de service.		
	C 2.4	Elaborer et déployer la stratégie marketing et commerciale pour répondre aux orientations stratégiques générales.		
	C 2.5	Décliner une stratégie et un plan de communication pour renforcer la notoriété de la marque et soutenir l'activité commerciale de l'entreprise.		
	C 2.6	Evaluer les coûts et les retombées financières de la stratégie marketing et commerciale de l'entreprise pour s'assurer de la réussite du projet.		
	C 2.7	Créer des indicateurs de suivi de la politique marketing et commerciale pour piloter de façon optimale l'activité.		

Bloc 3 : Pilotage opérationnel des activités : performance et management	C 3.1	Etablir et suivre les indicateurs de performance de l'entreprise dont la RSE afin de participer à la définition et au déploiement des objectifs stratégiques dans un environnement national et international, conformément aux attentes de la gouvernance.	Modules proposés :	59
	C 3.2	Comprendre les indicateurs financiers et prendre les décisions pour assurer la pérennité et le développement de l'entreprise.	Les nouveaux diffuseurs, assurances risques spéciaux, Stratégie financière et dossiers CNC et Programme Média Europe, Financement d'un long métrage, Administration de production (comptabilité d'un programme), Direction de production avec Excel (Le devis en 9 rubriques)	
	C 3.3	Accompagner la transformation du système d'information de pilotage de l'entreprise en intégrant les innovations digitales pour améliorer la gestion de l'activité.		
	C 3.4	Appréhender la responsabilité civile, sociale, pénale, fiscale et RSE du dirigeant pour respecter les obligations légales et assurer la pérennité de l'entreprise.		
	C 3.5	Cartographier les risques majeurs de son entreprise pour définir sa politique de risque management et risque assurantiel.		
	C 3.6	Saisir les opportunités quotidiennes pour accélérer la croissance dans le respect de la stratégie.		
	C 3.7	Recruter, développer et mobiliser les compétences RH de l'entreprise en environnement multiculturel pour assurer la pérennité et la croissance responsable de l'entreprise		
	C 3.8	Identifier et favoriser les conditions de santé, sécurité et bien-être des salariés au travail pour renforcer l'engagement des collaborateurs		
Bloc 4 : Gouvernance, leadership et représentation de l'entreprise au regard des parties prenantes	C 4.1	Donner du sens et incarner le projet d'entreprise pour convaincre les actionnaires puis mobiliser les collaborateurs et les partenaires.		Modules proposés :
	C 4.2	Savoir gérer des crises ou des conflits dans des situations complexes et imprévisibles pour assurer la survie et le développement de l'entreprise.	Préparation aux Rencontre des lieux culturels, Production documentaire (inclus financement), Distribution-Vente internationale de long métrages, Acquisition et distribution d'œuvres audiovisuelles, Formats à l'international, Les marchés du film (distribution), Comment sortir un film en salle, Communication Digitale, Vendre un projet, English for Production	
	C 4.3	Savoir décider et fixer le cap aux collaborateurs pour optimiser la marche de l'entreprise.		
	C 4.4	Favoriser l'adhésion des collaborateurs aux valeurs et à la culture de l'entreprise pour renforcer sa performance et optimiser la marque employeur.		
	C 4.5	Représenter l'entreprise auprès des tiers (clients, banque, fournisseurs, institutions et la communauté) pour assoir l'image de l'entreprise et sa communication.		
	C 4.6	Piloter le positionnement de l'entreprise et du dirigeant dans les médias pour que la communication d'entreprise soit en phase avec son positionnement.		

TOTAL

469 HEURES

Programme de la formation : **spécialité « Production musicale »**

Bloc 1 : Construction et déploiement de la stratégie d'entreprise	C 1.1	Organiser une veille économique, concurrentielle et environnementale du marché national et international pour identifier les opportunités et les risques.	Modules proposés : Panorama de la filière musicale, Musiques actuelles (sauf chanson française), Organisation de festivals, Label : production et stratégies (promotion, marketing...), Distribution (digitale/focus streaming et physique : dont vinyle et merchandising), La société de production et les nouveaux business modèles (360°, export...), Booking et production de concerts (avec focus sur l'international), Les financements de la musique (publics et professionnels), Montage budgétaire (spectacle, musique enregistrée...) ...	180
	C 1.2	Réaliser une analyse interne et externe pour formuler un diagnostic qui intègre les forces et les faiblesses de l'entreprise.		
	C 1.3	Identifier les différentes formes d'opportunités auxquelles l'entreprise est soumise afin de concevoir la vision stratégique (ou l'opportunité de création d'une activité).		
	C 1.4	Formaliser une cartographie des processus et des responsabilités pour optimiser les interactions au sein de l'organisation.		
	C 1.5	Réaliser un business model pour valider la faisabilité économique du projet.		
	C 1.6	Définir la vision, le plan et les objectifs stratégiques pour déployer le projet et obtenir l'adhésion et le financement des organes de gouvernance.		
	C 1.7	Formaliser les solutions de mise en œuvre (fusion, acquisition, rachat, partenariat) pour déployer la stratégie.		
	C 1.8	Construire son organisation et organiser la répartition des ressources selon les orientations stratégiques pour déployer les activités de l'entreprise sur des pays avec différentes cultures		
Bloc 2 : Pilotage de l'innovation et déploiement de l'offre en France et à l'international	C 2.1	Identifier les opportunités de croissance et promouvoir la politique d'innovation, (produits, services et procédés), pour développer un avantage concurrentiel.	Modules proposés : Organisation de festivals, Booking et production de concerts (avec focus sur l'international), Label : production et stratégies (promotion, marketing...), Distribution (digitale/focus streaming et physique : dont vinyle et merchandising), La société de production et les nouveaux business modèles (360°, export...), Secrétariat d'artiste (subventions, adhésions...), Gestion budgétaire + "Spectacle", Communication Digitale...	112
	C 2.2	Protéger et financer l'innovation en France et à l'international pour assurer la pérennité de son activité.		
	C 2.3	Identifier et formaliser les partenariats pour créer son offre de produits ou de service.		
	C 2.4	Elaborer et déployer la stratégie marketing et commerciale pour répondre aux orientations stratégiques générales.		
	C 2.5	Décliner une stratégie et un plan de communication pour renforcer la notoriété de la marque et soutenir l'activité commerciale de l'entreprise.		
	C 2.6	Evaluer les coûts et les retombées financières de la stratégie marketing et commerciale de l'entreprise pour s'assurer de la réussite du projet.		
	C 2.7	Créer des indicateurs de suivi de la politique marketing et commerciale pour piloter de façon optimale l'activité.		
Bloc 3 : Pilotage opérationnel des activités : performance et management	C 3.1	Etablir et suivre les indicateurs de performance de l'entreprise dont la RSE afin de participer à la définition et au déploiement des objectifs stratégiques dans un environnement national et international, conformément aux attentes de la gouvernance.	Modules proposés : Organisation de festivals, Booking et production de concerts (avec focus sur l'international), Distribution (digitale/focus streaming et physique : dont vinyle et merchandising), Droit et contrats de la musique, Les financements de la musique (publics et professionnels), Gestion budgétaire + "Spectacle", Data et Artiste	119
	C 3.2	Comprendre les indicateurs financiers et prendre les décisions pour assurer la pérennité et le développement de l'entreprise.		
	C 3.3	Accompagner la transformation du système d'information de pilotage de l'entreprise en intégrant les innovations digitales pour améliorer la gestion de l'activité.		
	C 3.4	Appréhender la responsabilité civile, sociale, pénale, fiscale et RSE du dirigeant pour respecter les obligations légales et assurer la pérennité de l'entreprise.		
	C 3.5	Cartographier les risques majeurs de son entreprise pour définir sa politique de risque management et risque assurantiel.		
	C 3.6	Saisir les opportunités quotidiennes pour accélérer la croissance dans le respect de la stratégie.		
	C 3.7	Recruter, développer et mobiliser les compétences RH de l'entreprise en environnement multiculturel pour assurer la pérennité et la croissance responsable de l'entreprise		

	C 3.8	Identifier et favoriser les conditions de santé, sécurité et bien-être des salariés au travail pour renforcer l'engagement des collaborateurs		
Bloc 4 : Gouvernance, leadership et représentation de l'entreprise au regard des parties prenantes	C 4.1	Donner du sens et incarner le projet d'entreprise pour convaincre les actionnaires puis mobiliser les collaborateurs et les partenaires.	Modules proposés : Organisation de festivals, Label : production et stratégies (promotion, marketing...), Vendre un projet, English for Production	58
	C 4.2	Savoir gérer des crises ou des conflits dans des situations complexes et imprévisibles pour assurer la survie et le développement de l'entreprise.		
	C 4.3	Savoir décider et fixer le cap aux collaborateurs pour optimiser la marche de l'entreprise.		
	C 4.4	Favoriser l'adhésion des collaborateurs aux valeurs et à la culture de l'entreprise pour renforcer sa performance et optimiser la marque employeur.		
	C 4.5	Représenter l'entreprise auprès des tiers (clients, banque, fournisseurs, institutions et la communauté) pour assoir l'image de l'entreprise et sa communication.		
	C 4.6	Piloter le positionnement de l'entreprise et du dirigeant dans les médias pour que la communication d'entreprise soit en phase avec son positionnement.		

TOTAL

469 HEURES