

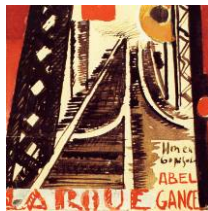
UNIVERSITÉ PARIS 1 – PANTHÉON-SORBONNE

U.F.R. 03 – Histoire de l'art et Archéologie

MASTER CINÉMA

DOCTORAT

2007 / 2008



Directrice de l'U.F.R. : Françoise DUMASY
Responsable administrative : Geneviève LUCIANI

SECRÉTARIAT MASTER 1 et MASTER 2

Institut d'Art et Archéologie, Bureau 102

3 rue Michelet 75006 PARIS

Tél. : 01 53 73 71 11

Courriel : ufr03sec@univ-paris1.fr

Horaires d'ouverture :

Du lundi au vendredi de 9h30 à 12h et 14h à 16h,
mardi de 9h30 à 16h30

ENSEIGNEMENT et RECHERCHE

Institut National d'Histoire de l'Art (INHA)

2 rue Vivienne 75002 PARIS

Tél. : 01 47 03 84 44

Courriel : inha@univ-paris1.fr

Horaires d'ouverture :

Du lundi au vendredi de 12h à 18h

SOMMAIRE

Offre de formation de l'Ufr 03 : Histoire de l'Art et Archéologie	7
Présentation générale	9
Master professionnel M 2 / Spécialité « Cinéma, télévision et nouveaux médias » ----	25
Master M 2 Présentation	27
Master M 2 Thèmes des cours	29
Contrat pédagogique	31
Calendrier de l'année universitaire 2007 / 2008	41

MASTER PROFESSIONNEL (M 2)

Spécialité « Cinéma, télévision et nouveaux médias »

Master Professionnel M 2

CINÉMA, TÉLÉVISION ET NOUVEAUX MÉDIAS

Écriture, production, distribution

- Présentation -

Objectifs de la formation

Voilà vingt ans déjà, avec trois chaînes de télévision publique, le marché télévisuel français semblait parvenu à maturité. On sait ce qu'il en est advenu. Sont aujourd'hui recensées sur le seul territoire français, six chaînes hertziennes, environ soixante chaînes locales du câble, une demi-douzaine de chaînes locales hertziennes et environ cent cinquante chaînes privées payantes, diffusées par le câble ou par le satellite et que les Français, à l'image des autres téléspectateurs des pays développés, consomment à raison de trois heures par jour. En 2006, toute forme de diffusion confondue, on recense environ deux cent cinquante chaînes de télévision françaises.

Au total, diffuseurs et producteurs représentent environ 80 000 emplois, relevant pour les trois quarts du domaine privé. A quoi s'ajoutent environ 10 000 personnes travaillant dans le domaine de la production et de la distribution dans l'industrie cinématographique.

L'objectif de la formation proposée est de fournir aux secteurs télévisuels et cinématographiques un volant de cadres capables d'une part de détecter les programmes destinés à ces chaînes (huit mille heures de programmes annuels en moyenne par chaînes) et, d'autre part, de bâtir des grilles de programmes différenciés dotant chacune de ces centaines de chaînes de télévision d'une coloration, d'une identité propre. Dans un univers télévisuel où tout peut sembler se confondre, ces responsables apportent une coloration, une marque qui, la singularisant, signale la chaîne parmi ses concurrents. Ils sont un des éléments déterminants du succès de leur entreprise.

Tirer profit de l'environnement parisien

La formation profitera pleinement de la proximité géographique de toutes les grandes chaînes de télévision, toutes installées à Paris ou dans l'immédiate banlieue, et des liens que ses responsables ont pu tisser professionnellement et personnellement avec les directeurs des départements programmation et distribution au fil des ans.

L'avantage d'une formation recourant à des professionnels en activité permettra aux étudiants de bénéficier d'un transfert de savoir frais. Par expérience, on sait que le fait d'être enseigné par des professionnels offre aux étudiants des perspectives professionnelles qu'il leur revient ensuite de concrétiser en fonction de leurs talents et de leurs ambitions propres.

La place de la formation dans l'offre de formation

Au fur et à mesure de l'élargissement de l'offre télévisuelle, de nouveaux métiers sont apparus. De manière empirique pour la plupart, ils ont acquis une spécificité propre.

Les métiers que nous nous proposons de former ne bénéficient d'aucun lieu de formation, ni à Paris, ni en Île de France, ni en France.

Le public visé / Effectifs

La formation s'adresse à des étudiants formés à l'analyse des images, dotés d'une connaissance approfondie des marchés télévisuels et cinématographiques et s'intéressant à la spécificité des grilles de programmes de chacune des chaînes diffusant sur le sol français.

Compte tenu d'un effectif total de 21 étudiants par promotion, les places sont attribuées après entretien devant un jury de professionnels sous la direction du responsable du Master Pro, et étude du dossier de candidature. Peuvent candidater les étudiants issus des Master 1 ainsi que des écoles de commerce et des écoles d'ingénieurs. L'expérience par le biais de stages dans les secteurs concernés est vivement souhaitée.

Les débouchés

La formation débouche sur un secteur d'activités en expansion constante.

Les débouchés sont multiples :

D'une part, la formation dispensée intéresse les chaînes de télévision, en concurrence de plus en plus frontale. Dans ce contexte, il leur faut connaître non seulement l'offre proposée par la concurrence, mais anticiper aussi ce que le marché mondial sera capable de

mettre sur le marché dans les six mois à venir. Les diffuseurs ne sont pas les seuls concernés par cette formation. Les fournisseurs des chaînes de télévision, en l'occurrence les producteurs sont également intéressés par les cadres que peut fournir cette formation. Si les chaînes font leur propre veille technologique en matière de programmation, elles ont aussi pour obligation de s'approvisionner auprès de producteurs privés.

On recense aujourd'hui en France environ 1000 sociétés vendant des programmes aux diffuseurs. Les deux tiers de ces sociétés font du programme de stock, les autres assurant la production de programmes dits de flux. Pour s'en tenir aux seuls programmes de fiction, aux documentaires et magazines et aux émissions scénarisées pour la jeunesse (hors animation), les besoins annuels des seules chaînes hertziennes s'élèvent à plus de 2500 heures.

Ces sociétés sont autant d'interlocuteurs pour notre formation.

Le secteur est d'autant plus demandeur de cadres jeunes que de tous les secteurs d'activités, la télévision est sans doute celui qui est le plus attentif à s'adresser à une cible qu'elle souhaite constamment rajeunir afin de satisfaire aux attentes de ses annonceurs.

D'autre part, en raison du rapport toujours plus étroit entre audiovisuel et cinéma, ce dernier secteur d'activités est aussi pris en compte. Le cinéma fait donc partie de notre cible.

Même si, hormis quelques cases nocturnes sur les grandes chaînes hertziennes, cinéma et télévision ont peu de passerelles en commun, les deux médias font grand usage de compétence voisine. Spécialistes en distribution, en programmation exercent des métiers voisins, même si s'adressant à des cibles différentes.

Enfin, l'émergence de la VOD, l'importance prise par les fournisseurs d'accès à Internet sont les nouveaux secteurs d'activités pour les étudiants. Un certain nombre de cours et d'interventions extérieures sont consacrés à ces nouveaux territoires.

Partenariats

L'accès aux entreprises de télédiffusion est un atout indispensable dans la formation proposée.

Dans ces conditions, des liens spéciaux sont tissés avec TF1, premier employeur privé français dans le domaine télévisuel et opérateur d'une demi-douzaine de chaînes de télévision à programmation très différente. Des liens sont encore tissés avec le groupe France-Télévision et l'ensemble des sociétés de production.

Le cinéma n'est pas oublié, avec la venue de nombreux professionnels, notamment des domaines de la production, de la distribution et de l'exploitation qui viennent travailler avec les étudiants sur des études de cas. Dans cette perspective, les liens très étroits avec l'Association des producteurs de cinéma (APC) et la Fédération nationale des distributeurs de films (FNDF) constituent un atout très précieux pour la formation.

De même que sont régulièrement sollicités les professionnels associés aux éditions Dixit ainsi qu'au Media Club, véritables viviers de stages et de contacts dans les milieux concernés.

Evénements

Au cours de l'année, les étudiants sont amenés à effectuer des travaux de groupe, parfois confiés par des entreprises associées à la formation : fiches de lecture, études de faisabilité, organisation d'événements.

Tout au long de l'année, les étudiants sont appelés à organiser des tables-rondes, des journées d'études et des soirées-débats avec le concours des éditions Dixit, du Media Club et de l'APC. A cette occasion, sont invités les principaux responsables des secteurs d'activités concernés.

Chaque année les étudiants de la promotion organisent encore une rentrée inaugurale autour d'une personnalité.

Les interventions des professionnels font l'objet d'un bref résumé figurant sur le site conçu et géré par les étudiants de la promotion : www.timedia.fr

L'année universitaire débute avec un séminaire d'intégration se déroulant sur trois jours. Il inclut un mini-séminaire de négociation qui se poursuit au long des deux semestres.

Les métiers

LA PRODUCTION

Les métiers concernés :

- **Concepteur/conseiller de programmes** : il recherche les nouveaux concepts, apporte aux responsables d'antenne des propositions de contenus, des conseils sur le style et les choix de programmation.
- **Conseiller artistique** : il recherche les projets et les suit jusqu'à leur mise à l'antenne. Il coordonne les différentes phases d'écriture et de réécriture des programmes, depuis le concept jusqu'à la mise en image.
- **Développeur de projet** : il travaille sur les premières étapes de la création ; charge à lui de trouver et réunir les talents autour du sujet.
- **Lecteur de scénario** : ses commanditaires sont multiples : producteurs, diffuseurs, C.N.C.. A l'avis artistique attendu, lui est encore demandé de se prononcer sur le potentiel commercial du projet.
- **Producteur** : il n'a pas qu'une fonction de gestion. Dirigeant souvent une équipe d'écriture, il doit encore posséder un savoir-faire en ce domaine. Il lui revient encore d'établir une stratégie de communication.
- **Responsable de diffusion** : il est celui qui coordonne les émissions telles qu'elles sont proposées aux téléspectateurs.
- **Responsable de programmation** : il compose la grille de programme, optimisant en permanence la qualité des genres offerts (magazines, fiction, cinéma etc.), en tenant compte des droits détenus par le diffuseur.

- **Acheteur de programmes** : Fort de sa connaissance de ce que diffusent les diffuseurs concurrents et de la spécificité de sa chaîne, il prospecte sur les marchés de programmes les produits potentiellement diffusables.
- **Conseiller de programme** : il apporte à l'antenne, dans un domaine particulier, les concepts et les programmes adaptés au diffuseur.
- . Business Affair : il négocie les contrats.

LES EMPLOIS TELEVISUELS

En 2003, le nombre total des emplois dans les chaînes hertziennes publiques et privées s'élève à environ 19 000 personnes. Les achats de programmes et leur gestion concentrent environ le tiers des charges d'exploitation des chaînes de télévision.

LES EMPLOIS CINEMATOGRAPHIQUES

Les sociétés concernées par la production, la distribution et l'exploitation cinématographiques emploient une dizaine de milliers de personnes.

- **Distributeur** : il est le mandataire du producteur. Il assure le lancement, la promotion, le marketing du film qui lui a été confié
- **Programmateurs** : Il est en contact avec des circuits d'exploitation, il détermine, en accord avec le distributeur, les salles les plus appropriées au film
- **Exploitant** : il assure la commercialisation des films auprès de publics d'âge, de niveau socio-culturel, de provenance géographique différents.

Liste des intervenants professionnels

Cyril BARTHET – Association des producteurs cinématographique - Secrétaire Général adjoint

Jean-Pierre DUSSEAUX, VAB Productions, Producteur

Antoine VIRENQUE, Fédération Nationale des Distributeurs de Films, Délégué Général

Manuel ALDUY - Canal+ - directeur Acquisitions Cinéma Français

Guylaine BAUDRY, TF1, Responsable relations Ecoles

Mathieu BÉJOT, TVFI, secrétaire général

Pascal BREUGNOT, Ego Productions, Directrice-générale

Simon BROOK, réalisateur

Catherine CAHEN, Cinétévé, directrice-générale

Jean-Claude CAMUS, producteur de spectacles vivants

Bernard CHOQUET, Producteur

Mihai CRASNEANU - Glowria.fr – PDG

M. DELEBARRE, Olympia, Directeur-général

Didar DOMEHRI - Films Distribution - Directrice des ventes internationales

Nicolas DUMONT, Galatee Films, Producteur

Pierre-Emmanuel FLEURANTIN, Ego Productions, Directeur financier

Laurent FONNET, TF6, Directeur-général

Serge FOURNIER, Franco American, Président

Bibiane GODFROY, Endémol, Directrice

Cyril HAUGUEL, TF1 Films Production, Responsable artistique

William JEHANNIN, Gémini Films, Responsable de la distribution

Rémi JIMENEZ - M6 - Responsable acquisitions cinéma groupe M6 (M6, Paris Première, Téva,...)

Eric LEDELEY - Professeur de négociation

Jean-François LEPETIT - Flach film – Producteur, président de la CSPF

Alistair McNEAL, Canal+, Direction juridique

Nicolas MAUVERNAY - Galatée Films – Producteur

Alexandre MICHELIN, Microsoft, Directeur des nouveaux médias

Frédéric OLIVENNES, Radio Classique, directeur-général

Bernard PASCALET, VAB Productions, directeur des productions

Albino PEDROIA, IT Media Consulting, Consultant

Jacques PESKINE, USPA, président

Thierry REFFRAY, Groupe France Télévisions, Direction des ressources humaines
Mehdi SABBAR - Formateur en négociation et Responsable Financier de SOFICINEMA
Thierry SCHLUCK, Fox International Channel France, Président
Sylvain THIBON, Canal+, Direction des ressources humaines
Nicolas TRAUBE, Pampa Productions, Directeur-général
Jean-Noël TRONC, Orange Mobile, Directeur-général
Vincent TOLEDANO, Avocat
Anna VINUELLA, INA, responsable du programme formation
Lionel UZAN - SND - Responsable des acquisitions

Master Professionnel M 2

CINÉMA, TÉLÉVISION ET NOUVEAUX MÉDIAS

- Thèmes des cours -

RESPONSABLE : FRANÇOIS GARÇON

Semestre 3

ÉCONOMIE ET FINANCEMENT DU CINÉMA ET DE L'AUDIOVISUEL FRANÇAIS

COURS ASSURE PAR FRANÇOIS GARÇON : 24 HEURES

Le cinéma est aussi une industrie. Il mobilise d'importantes ressources, génère quantité d'activités secondaires, suscite un intérêt croissant à la fois des pouvoirs publics et des grands groupes industriels privés.

Le cours pose les fondamentaux. Il s'emploie à montrer comment se font les montages financiers, les étapes imposées aux producteurs ainsi que la diversité des guichets auxquels s'adressent les entrepreneurs de ce secteur d'activités.

La moitié de l'enseignement sera consacrée à l'économie de la production télévisuelle.

Mardi 10h - 12h / Salle Demargne.

LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE : ETUDE DE CAS

COURS ASSURE PAR DES INTERVENANTS PROFESSIONNELS : 20 HEURES

Chaque film, en fonction de son budget, doit trouver un financement qui lui soit adapté. Film à gros et petit budget, film destiné au circuit art et essai ou aux multiplexes, les scénarios de financement sont nombreux.

Des producteurs viennent expliquer comment ils ont organisé le financement de leurs films. Ils s'expliquent sur les difficultés rencontrées et les moyens d'y faire face.

Mardi 15h - 18h / Salle Demargne.

LE MARCHÉ TÉLÉVISUEL

COURS ASSURE PAR DES INTERVENANTS PROFESSIONNELS : 24 HEURES

La télévision est un très gros consommateur d'images. Rangées dans des rubriques commodes, elles se nomment fiction, documentaires, variétés, magazines etc.

Des professionnels du secteur télévisuel viennent organiser des séries de master-class pour, à partir de cas concrets, expliquer les montages financiers télévisuels et développer les grandes différences avec l'industrie cinématographique.

Mardi 15h - 18h / Salle Demargne.

MÉTIERS ET FILIÈRES DU CINÉMA ET DE L'AUDIOVISUEL

COURS ASSURE PAR FRANÇOIS GARÇON : 24 HEURES

Cinéma et télévision représentent quelques dizaines de milliers de professionnels. Ils sont répertoriés dans un peu plus de trois cents métiers. Même si la formation sur « le tas » continue à avoir ses adeptes et réussit à certains, les entreprises des secteurs de l'audiovisuel ont tendance à recourir toujours davantage à des personnels qualifiés.

Le cours fait l'inventaire des métiers accessibles en fonction des niveaux de diplôme obtenu. Des Directeurs des ressources humaines des sociétés de télévision et des directeurs de société de production sont associés à ce cours.

Mardi 13h - 15h / Salle Demargne.

LA PRODUCTION TÉLÉVISUELLE, ÉTUDE DE CAS

TD ASSURES PAR DES PROFESSIONNELS : 34 HEURES

Programmes de flux, programmes de stocks, la production télévisuelle présente une vaste gamme de produits qui vont du sport de 30 secondes à la série longue, style feuilleton, en passant par les unitaires de 52mn, les mini-séries etc. Six professionnels - chacun spécialisé dans une de ces filières - viennent expliquer comment sont formatés, financés et enfin fabriqués ces produits. Les étudiants travaillent en équipe sur des cas pratiques qui font l'objet d'une soutenance devant un jury.

Mercredi 13h - 18h / Salle Demargne.

DRAMATURGIE ET ANALYSE DES IMAGES

COURS ASSURE PAR STEPHANE GOUDET : 24 HEURES

Jusqu'à une période récente, les images ont été analysées dans une perspective non-commerciale.

Il s'agit de montrer que l'analyse des images, de leur dispositif est une étape indispensable à leur fabrication, quel que soit le format qui leur sera donné.

Mercredi 10h30 - 12h30 / Salle Demargne..

LANGUES

TD D'ANGLAIS ASSURE PAR FRANÇOIS ROPERT : 24 HEURES

Considérant le rôle essentiel joué par les programmes anglo-saxons dans le paysage audiovisuel et cinématographique français, le TD se centre sur l'anglais du secteur. L'enseignement s'applique à mieux faire comprendre le vocabulaire et les expressions idiomatiques propres au secteur du cinéma et de l'audiovisuel.

Mardi 18h - 20h / Salle René Jullian.

Semestre 4

MARKETING ET ÉCONOMIE DE LA DISTRIBUTION

TD ASSURE PAR DES PROFESSIONNELS : 12 HEURES

Vendre est un art, le marketing est sa science. Le débouché naturel de la production cinématographique est la salle de cinéma. Comment s'organise le circuit, quelle est la fonction du distributeur, pourquoi certains films souffrent-ils d'une distribution déséquilibrée etc. ?

Mardi 13h - 18h / Salle Demargne.

INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE ET INTERNET

TD ASSURE PAR DES PROFESSIONNELS : 24 HEURES

En 5 ans, Internet a bouleversé l'économie de la musique. Ni la télévision, ni le cinéma n'échapperont à cette révolution. L'anticipation des changements en cours passe par l'analyse de nouveaux modèles économiques.

Mardi 13h - 18h / Salle Demargne.

LES RÉGIMES D'AIDE EUROPÉENS

TD ASSURE PAR DES PROFESSIONNELS 12 HEURES

La production et la distribution audiovisuelles tendent à s'internationaliser.

Les producteurs, mais aussi les équipes artistiques sont confrontés à des partenariats choisis, parfois subis. Les subventions publiques, les aides fiscales, les fonds régionaux ont entraîné une transformation en profondeur du mode de travail dans les industries de l'image. L'inventaire des guichets est couplé aux exigences devant être remplies pour parvenir à entrer sur ces marchés.

Mardi 13h - 18h / Salle Demargne.

HISTOIRE ET PRATIQUES DE LA CRITIQUE ET DE L'EXPLOITATION

COURS ASSURE PAR STEPHANE GOUDET : 24 HEURES

A partir d'une histoire comparée de la critique et de l'exploitation (essentiellement Art et Essai) d'après-guerre (nées du ventre commun des ciné-clubs), nous analysons les enjeux de ces deux secteurs économiques décisifs et de ces deux manières complémentaires d'aimer et de partager le cinéma. Mais nous les envisageons également en terme de pratiques (à partir notamment de l'exemple d'Abbas Kiarostami) et nous nous efforçons d'établir à leur propos un diagnostic on ne peut plus contemporain.

Mercredi 10h30 - 12h30 / Salle Louis Grodecki.

Ce séminaire est commun au master recherche et au master professionnel.

STAGE

DUREE : 3 MOIS

Réalisé chez un diffuseur, une société de production, de distribution ou chez un exploitant, un établissement de crédit, ou un organisme professionnel.

Le stage donne lieu à un rapport.

Master Professionnel M 2

CINÉMA, TÉLÉVISION ET NOUVEAUX MÉDIAS

- Contrat pédagogique -

En demandant son admission en 2^e année de Master, l'étudiant s'engage à respecter les dispositions du contrat pédagogique ci-dessous qui comporte les conditions d'études et de contrôle des connaissances.

1. Généralités

L'année de master professionnel sanctionne une formation spécialisée préparant directement à la vie professionnelle.

La préparation s'effectue en un an, sauf dérogation accordée par le président de la l'université sur proposition du directeur de la formation.

L'année de master professionnel est constituée de deux semestres d'enseignement. Le premier semestre comporte 3 unités d'enseignement et le deuxième semestre comporte 2 unités d'enseignement.

Chaque semestre d'enseignement donne lieu à un examen.

2. Organisation des études

L'année de master professionnel comporte des enseignements théoriques, méthodologiques et appliqués ainsi qu'un stage. Elle comprend également la préparation d'un mémoire.

L'année du master professionnel comprend 60 crédits européens, à raison de 30 par semestre.

Programme :

- Semestre 1 : 5 cours fondamentaux obligatoires, 1 TD avec des professionnels, 1 TD de langue
- Semestre 2 : 1 cours fondamental obligatoire, 3 TD avec des professionnels, 1 stage

3. Conditions d'accès

L'accès au master professionnel est subordonné à l'obtention du diplôme de maîtrise délivré en première année de master ou d'un diplôme de niveau au moins équivalent (ESC, Sciences Po, écoles d'ingénieur) ou au bénéfice de la validation d'acquis liés à l'expérience professionnelle ou aux travaux personnels du candidat.

L'admission est prononcée par le chef d'établissement sur proposition du responsable de la formation (cf. article 11 de l'arrêté du 25 avril 2002 relatif au diplôme national de master).

4. Inscriptions

L'inscription administrative est annuelle.

L'inscription pédagogique est faite en début d'année universitaire pour les deux semestres d'enseignement.

Le redoublement d'un semestre ou de l'année ne peut être accordé qu'à titre exceptionnel par décision du Président de l'Université sur proposition du responsable du diplôme.

5. Modalité de contrôle des connaissances

L'examen est organisé après chaque semestre d'enseignement.

Le contrôle des aptitudes et des connaissances comporte :

- un contrôle continu,
- des épreuves écrites anonymes,
- des examens oraux,
- un stage
- un rapport de stage

Les épreuves d'évaluation des stages inclus dans la formation peuvent avoir lieu en septembre. Le jury tient une nouvelle délibération pour tenir compte du résultat de ces épreuves.

Stage de 3 mois avec rapport de stage.

L'assiduité aux enseignements est obligatoire. Il ne peut être toléré plus de 2 absences justifiées par semestre.

6. Notations des épreuves

Semestre 3		Crédits : 30			
INTITULES DES UE ET DES ENSEIGNEMENTS		CM	TD	COEFF.	CREDITS

UE 1 :		Coefficient : 2		Crédits : 14	
Économie et financement du cinéma †		24h		2	8
La production cinématographique Etude de cas		20h		2	3
Le marché télévisuel		24h		1	3

UE 2 :		Coefficient : 2		Crédits : 13	
Métiers et filières du cinéma et de l'audiovisuel		24h		1	2
La production TV, études de cas			34h	2	3
Dramaturgie et analyse des images		24h		2	8

UE 3 : Langue (anglais)		Coefficient : 1		Crédits : 3		24h	
-------------------------	--	-----------------	--	-------------	--	-----	--

Semestre 4		Crédits : 30			
INTITULES DES UE ET DES ENSEIGNEMENTS		CM	TD	COEFF.	CREDITS

UE 1 :		Coefficient : 1		Crédits : 16	
Marketing et économie de la distribution			12h	1	4
Intelligence économique et internet			24h	1	4
Les régimes d'aides européens			12h	3	4
Histoire et pratiques de la critique et de l'exploitation		24h		1	4

UE 2 : Stage		Coefficient : 1		Crédits : 14	
Stage (3 mois minimum) Ce stage donne lieu à un rapport de stage.				5	15

7. Conditions d'obtention du diplôme

La délivrance du diplôme de master est subordonnée à la validation des deux semestres d'enseignement.

Toutefois, le jury du second semestre peut procéder à la compensation entre les deux semestres. À cet effet, il peut faire usage de points de jury.

Le semestre d'enseignement est validé dès lors que l'étudiant y a obtenu la moyenne.

Pour le calcul de la moyenne, il est tenu compte des coefficients attribués à chaque épreuve.

La validation d'un semestre entraîne l'attribution des crédits correspondants.

La défaillance à une épreuve fait obstacle à la validation du semestre.

8. Attribution du grade de Master

La validation du diplôme de master confère le grade de Master en Sciences humaines et sociales, Mention Cinéma, Spécialité professionnelle : Cinéma, télévision et nouveaux médias.

Le diplôme est assorti des mentions suivantes en fonction des notes obtenues en deuxième année de master pour l'ensemble de l'année :

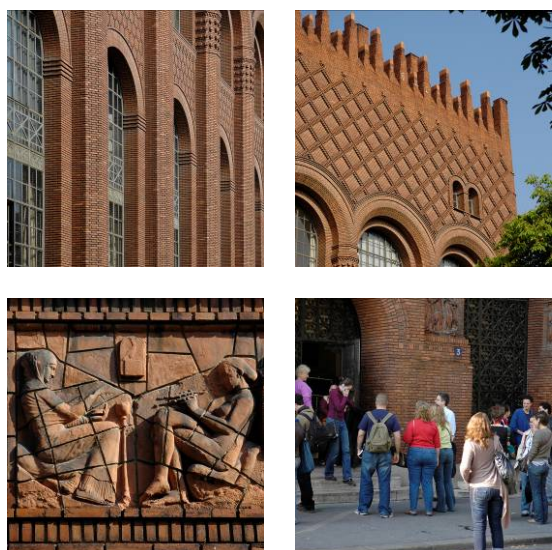
- Passable, lorsque la moyenne générale est égale ou supérieure à 10/20
- Assez bien, lorsque la moyenne générale est égale ou supérieure à 12/20
- Bien, lorsque la moyenne générale est égale ou supérieure à 14/20
- Très bien, lorsque la moyenne générale est égale ou supérieure à 16/20

Le diplôme de master professionnel ne peut être délivré qu'après validation de l'aptitude à maîtriser au moins une langue vivante étrangère. Cette validation est effectuée dans les conditions définies par l'Université.

Supplément au diplôme :

Le diplôme de master est accompagné de l'annexe descriptive mentionnée au 4° de l'article 2 du décret du 8 avril 2002 portant application au système français d'enseignement supérieur de la construction de l'espace européen de l'enseignement supérieur.

L'Institut d'Art et d'Archéologie, rue Michelet



Grâce à la généreuse donation (3 millions de francs) de la Marquise Arcona-Visconti, à l'initiative de trois universitaires (Émile Mâle, Gustave Fougères et René Schneider), au soutien du recteur Paul Appel et à l'aide de l'État et de la Ville de Paris, l'Institut d'art et d'archéologie (1921-1932) a pu s'édifier à l'emplacement de l'ancien institut de chimie appliqué de la Faculté des sciences. Lauréat du concours à deux degrés organisé en 1920-1921, Paul Bigot (1870-1942) a su parfaitement s'adapter à un programme longtemps mouvant mais qui exigeait la plus grande économie possible pour un édifice ayant un caractère monumental. À l'encontre du rationalisme régnant, il résout le problème en dissociant la structure en béton armé et l'enveloppe en briques rouges. Le traitement de cette dernière, d'un grand raffinement, résulte d'une synthèse originale dont les sources sont multiples (gothique italien, roman, etc.) et qui offre au regard des promeneurs, à la base des grandes arcades, une frise formée de moulages de bas-relief qui signalent la fonction de l'édifice. À l'intérieur, le vestibule d'entrée, l'amphithéâtre et la grande salle de lecture de la bibliothèque, dans le vide central, ont conservé leurs volumes, mais, dans les étages, les galeries qui abritaient les collections de plâtre et le plan de Rome de Paul Bigot ont été sensiblement transformées.

L'Institut National d'Histoire de l'Art, rue Vivienne

L'Institut national d'histoire de l'art (INHA), inauguré en février 2005 par ses ministres de tutelle (ministères de la Culture et de l'Éducation nationale), accueille les principaux centres de recherche en histoire de l'art parisiens dans le cadre prestigieux de la Galerie Colbert. L'histoire de ce bâtiment remonte à 1634, date à laquelle, Guillaume Bautru de Serrant, introducteur des ambassadeurs, commande à Louis Le Vau la construction de sa demeure, dans le quartier neuf établi sur l'ancienne enceinte de Charles V. L'hôtel présente alors l'aspect traditionnel d'un corps de logis entre cour et jardin. Vendu à Colbert en 1665, il est transformé en écuries par Gilles-Marie Oppenordt pour le Régent en 1719, puis accueille sous la Révolution la caisse de la dette publique. Le renouveau de cet îlot intervient en 1827 avec la conversion des bâtiments en galerie marchande, par Jacques Billaut qui conserve la façade sur la rue des Petits-Champs et aménage un passage grâce à une charpente métallique. Après une longue période d'abandon, la galerie est reconstruite à l'identique par Adrien Blanchet, pour les besoins de la Bibliothèque nationale qui investit les lieux en 1985. Elle est réaménagée en 2004 par Dominique Pinon et Pascale Kaparis pour l'INHA. Le projet de ces derniers a permis de conserver le décor pompéien de la galerie et de mettre en valeur les parties anciennes de l'hôtel primitif, visibles dans le hall d'entrée.

