



Attestation d'études collégiales

## LCA.3X AGENT DE COMMERCIALISATION (INCLUANT GÉRANCE D'ARTISTES)

### PERSPECTIVES PROFESSIONNELLES

- Compagnie de gérance d'artistes
- Compagnie de disques
- Maison de production
- Tournée d'artistes
- Festival
- Agence de casting
- Agence de relations publiques

### SUR LE MARCHÉ DE TRAVAIL

Les diplômés de ce programme pourront travailler dans des entreprises qui s'occupent de la mise en marché, dans des agences de publicité comme collaborateurs de concepteurs publicitaires, ainsi que dans les services de marketing ou départements de mise en marché de moyennes ou grandes entreprises.

### DESCRIPTION DU PROGRAMME

Le diplômé en « Agent de commercialisation » participe au développement d'événements artistiques et culturels (comédiens, chanteurs, humoristes, musiciens, festivals, tournées artistiques, etc.).

Il doit négocier les contrats pour les spectacles et les cachets qui seront versés aux artistes, planifier et organiser les moyens publicitaires, les événements promotionnels (lancements de disque), les tournées, les conférences de presse et autres relations avec les médias et autres interlocuteurs.

Il doit également organiser l'agenda de travail des artistes, les conseiller sur toute question concernant le développement marketing et les projets futurs.

### COMPÉTENCES DÉVELOPPÉES

Ce programme vise à développer les compétences suivantes :

- Analyser les fonctions de travail
- Rechercher et analyser des données commerciales
- Gérer un projet de commercialisation de produits ou de services
- Établir un plan marketing et en assurer le suivi
- Promouvoir des produits et des services par des moyens de communication de masse
- Utiliser des logiciels d'application courante
- Analyser des sources de droit s'appliquant aux activités commerciales
- Commercialiser un produit culturel

Attestation d'études collégiales

## LCA.3X AGENT DE COMMERCIALISATION (INCLUANT GÉRANCE D'ARTISTES)

### LISTE DES COURS

#### SESSION I

##### Introduction à la commercialisation [60 h]

Identifier les différents postes de chaque grand secteur de l'industrie musicale et apprendre comment s'y positionner. Intégrer les notions reliées à l'artiste et à son gérant, les étapes de production du produit, les différents types de promotion et leurs intervenants, les différentes façons de vendre un produit.

##### Informatique appliquée [75 h]

Assembler, organiser et produire divers documents (Word), gérer l'agenda, le calendrier et les courriels (Outlook), et préparer des présentations (Powerpoint). Concevoir des budgets simples ou des plannings (Excel).

La maîtrise du logiciel Excel pour les cours de gestion budgétaire I et gestion budgétaire II est essentielle.

##### Produits et image commerciale [45 h]

Déterminer ce qu'est la recherche commerciale et définir les types d'activités de recherche et leurs applications au monde du spectacle. Trouver des solutions aux problèmes de marketing et aux problématiques de recherche. Approfondir sa connaissance de l'environnement économique, technologique, politique et culturel du produit pour mieux déterminer son positionnement.

#### SESSION III

##### Gestion de projet II [60 heures]

##### Gestion budgétaire II [45 heures]

##### Projet de fin d'études [75 heures]

Mettre en application les notions apprises dans tous les cours du programme grâce à la conception et la réalisation d'un spectacle devant un public : le « Zoom sur la Relève ».

Les étudiants devront définir le thème du spectacle, définir et gérer le budget, participer à l'organisation du spectacle avec les étudiants en production d'événements, éventuellement faire passer des auditions, rechercher des commanditaires, préparer le contrat des artistes du spectacle, commercialiser la vente des billets, concevoir la publicité, la pochette de presse et préparer les relations de presse du jour J. Le jour du spectacle, ils devront faire l'accueil des VIP, de la presse et des spectateurs et assurer le bon déroulement du show avec les autres intervenants. Ils devront également faire le bilan de l'événement.

### CE PROGRAMME VISE LES PROFESSIONS SUIVANTES :

- Agent ou agente de promotion commerciale
- Agent ou agente de projet marketing
- Agent ou agente de publicité

#### SESSION II

##### Gestion de projet I [45 h]

Déterminer les différents types de projets du milieu artistique, la recherche de nouveaux talents, la recherche d'un projet artistique (solo ou en groupe) pour le développement de carrière, les étapes de production d'un album, apprendre à se positionner en tant que producteur ; contrôler, respecter et vérifier le budget durant les étapes de réalisation du projet.

##### Mise en marché [60 h]

Établir un plan de marketing et son suivi, effectuer la promotion des produits et des services par des moyens de communication de masse, gérer le budget alloué, analyser le comportement d'achat des consommateurs, évaluer les résultats de l'activité promotionnelle, collaborer avec les personnes ressources impliquées dans le processus de mise en marché.

##### Gestion budgétaire I [45 h]

Identifier les différents éléments financiers de l'industrie musicale, analyser l'information comptable à des fins de gestion commerciale, interpréter les rapports financiers, les indicateurs de performance des ressources financières, le rôle financier du producteur de disques en lien avec les différents intervenants.

##### Gestion des aspects légaux [60 h]

Développer une vision globale des enjeux juridiques reliés aux divers secteurs du monde du divertissement, maîtriser les notions de base du droit d'auteur et du droit contractuel, appliquer les notions juridiques à travers l'étude de cas tirés de divers contextes de travail, évaluer les conséquences d'une infraction à la réglementation, connaître les mécanismes de négociation. Établir la stratégie de promotion, concevoir et produire des documents promotionnels.

### CONDITION D'ADMISSION

Détenir un diplôme d'études secondaires (DES) ou une formation jugée suffisante par le collège et satisfaire à l'une des conditions suivantes :

- Avoir interrompu ses études pendant au moins deux sessions consécutives ou une année scolaire ; ou
- Être visé par une entente entre le collège et un employeur ou par un programme gouvernemental ; ou
- Avoir complété au moins une année d'études post secondaires échelonnée sur une période d'un an ou plus.