

Médiation et commercialisation

Niveau d'étude
Bac +4

Composante
Lettres et langues

Présentation

Description

Ce cours permet de réfléchir la notion de médiation dans sa dimension commerciale. Car de l'éditeur au lecteur, la chaîne commerciale du livre est aussi une chaîne de "médiation" : il faut structurer l'information, défendre l'existence de chaque ouvrage et passer le relais à de multiples maillons. L'approche marketing permet de comprendre les outils à la disposition des éditeurs pour que leurs livres soient remarqués et qu'ils trouvent leur public, au milieu de milliers d'autres titres.

Ce cours développe une approche du marketing opérationnel. Nous nous attachons également à observer la façon dont les libraires à leur tour font vivre les livres dans leur magasin (marchandisation et animation).

Bibliographie

- Le Marketing du livre*, 2 tomes (Etudes et stratégies / promotion et outils de communication), éditions du Cercle de la Librairie, 2006
- Lecture Jeune* n°152, décembre 2014
- Le management de l'entreprise d'édition*, éditions du Cercle de la librairie, 2014 (plusieurs articles sur la promotion, le marketing, la diffusion et la distribution), collectif d'auteurs
- Les métiers de l'édition*, Bertrand Legendre, éditions du Cercle de la Librairie, 2012, 2 articles sur la sphère commerciale et promotion.
- Le petit marketing* de Dunod, 2017
- Création sous tension*, 2^e panorama de l'économie de la culture et de la création en France, octobre 2015, EY-France créative, (téléchargeable en ligne gratuitement)
- Chiffres clés du ministère de la Culture et de la Communication, parution annuelle (disponible sur le site du ministère)

-Le livre, mutation d'une industrie culturelle, François Rouet, La Documentation française, 2007

-*Le métier de Libraire*, 2 tomes, Michel Ollendorff, Le Cercle de la Librairie, 2006

-*Vers la fin des librairies ?*, Vincent Chabault, La Documentation française, 2014

Heures d'enseignement

CM	CM	14h
----	----	-----