

MODULES ENSEIGNES DANS LE PROGRAMME ETUDES A L'ETRANGER 2018/2019

MBA1 Industrie de la mode et du luxe - Français

Mod'Art International est une école de management bien connue à Paris, spécialisée dans l'industrie de la mode. 35% de ses étudiants de 40 pays différents viennent y étudier. Les étudiants se préparent pour entrer dans des grands groupes et des entreprises de l'industrie du luxe et de la mode, dans le monde entier.

1. PREMIER SEMESTRE (Octobre - Décembre 2018) – 30 ECTS

- **Quartiers mode de Paris: 1 ECTS**

Ce cours est basé sur la découverte des différents quartiers mode de Paris et de ses boutiques emblématiques. Les codes du luxe seront traités avec des visites Place Vendôme, avenue Montaigne, etc. Les étudiants découvriront également les codes de merchandising, la notion de services clients ainsi que l'excellence et le savoir-faire.

Examen final : évaluation de groupe

- **Marketing de la mode: 3 ECTS**

A l'issue de ce cours, les étudiants distingueront les différentes étapes de la démarche marketing dans l'univers de la mode c'est-à-dire qu'ils sauront établir un SWOT et en dégager une problématique. Les étudiants apprendront à élaborer une démarche de segmentation, ciblage et positionnement. Ils développeront leurs connaissances pour établir un plan marketing.

Contrôle continu sous la forme d'un QCM et d'un cas pratique. Examen final comportant des questions de cours et un cas pratique

- **Merchandising visuel : 3 ECTS**

Cet enseignement vise à connaître les fondamentaux du merchandising visuel. Plus précisément, il s'agit d'apprendre aux étudiants à définir des rentabilités commerciales suivant un parcours client, à créer des signatures merchandising suivant des briefs et à mesurer les performances merchandising.

Contrôle continu sous forme de QCM et cas pratique en examen final

- **Retail et Wholesale: 2 ECTS**

Ce cours permet aux étudiants de savoir faire les choix stratégiques de distribution (répartition wholesale/retail) dans le prêt à porter et accessoires de mode.

A l'issue du cours, l'étudiant sera capable de choisir la distribution adaptée et avoir une approche des contrats de distribution, de vendre en B2B, d'organiser la mise en place d'un show room de vente wholesale, de prospecter différents territoires, de contacter les différents clients et d'en évaluer les enjeux, de vendre des collections de PAP et accessoires en show room et d'utiliser les outils d'aide à la vente.

Questions de cours et exposé. Examen final sur les connaissances acquises

- **Communication et relations de presse: 2 ECTS**

Ce cours permet de comprendre les enjeux de la communication presse pour une marque de mode. A l'issue de ce module, les étudiants connaîtront les différents acteurs de la communication presse et leur mode de fonctionnement. Les étudiants vont également apprendre à optimiser les relations avec la presse en fonction du positionnement, des objectifs et des cibles de communication.

Questions de cours et cas pratique en contrôle continu ; exposé en examen final

- **Histoire de la mode: 3 ECTS**

L'objectif de ce cours est de voir la mode et ses enjeux du XIX^{ème} siècle aux années 2000 afin de constituer une culture visuelle de mode en lien avec l'art, la société, etc et de comprendre la mode actuelle à la lumière du passé récent. Le parcours est chronologique, émaillé de points thématiques pour retenir l'important, période par période. Les étudiants devront élargir leurs connaissances, notamment par le biais des références bibliographiques, afin de se construire une culture personnelle.

Questions de cours et études de cas en contrôle continu et en examen final

- **Présentation secteurs : Maroquinerie / Lingerie internationale: 4 ECTS**

Ce cours présente les marchés de l'univers Accessoires Maroquinerie, Chaussure et Bagage, en amenant les étudiants à maîtriser les champs techniques, stylistiques et marketing. Il permet d'acquérir une connaissance des matériaux et composants propres à chaque secteur. Ce cours aborde aussi une approche créative en manageant les paramètres de style et tendances via des études de cas de marché et de marques.

Contrôle continu basé sur des cas pratiques et exposé en examen final

Ce module permet d'avoir une vision synoptique du marché international de la lingerie, de connaître ses principaux acteurs, leurs mutations et leurs enjeux. Les étudiants apprendront également un vocabulaire spécifique ainsi que les nouvelles tendances propres à ce secteur.

Exposé en contrôle continu et questions de cours en examen final

- **Textile: 3 ECTS**

A l'issue du module, les étudiants seront capables de dissocier fibres et tissus, nommer et reconnaître les différentes fibres textiles, les différents fils, les différentes classes textiles ainsi que les différentes armures des tissus. Ils sauront choisir les tissus en fonction des emplois recherchés. Ils connaîtront le vocabulaire textile pour catégoriser les différentes familles de tissus.

Visite au Marché Saint Pierre avec dossier à rendre en contrôle continu. Questions de cours en examen final

- **Stylisme et création de moodboard: 2 ECTS**

Les étudiants vont découvrir le travail du styliste, analyser les tendances, reconnaître les bonnes images, chercher au bon endroit les inspirations. Ils vont également apprendre à analyser les défilés, choisir les bons textiles et les bonnes couleurs. Ils vont enfin réaliser un moodboard.

Questions de cours en contrôle continu et moodboard en examen final

- **Métiers de la mode et présentation des groupes: 3 ECTS**

Ce module permet aux étudiants de découvrir et connaître l'ensemble des familles professionnelles et des métiers de l'univers de la Mode et du Luxe. Ils pourront ainsi comprendre et interpréter les différentes organisations actuelles des entreprises de ces secteurs ainsi que leurs stratégies de développement économique. Ils connaîtront le fonctionnement des activités Haute-Couture, les règles et les processus d'élaboration des collections.

Questions de cours en contrôle continu et dissertation en examen final

- **Français comme langue étrangère: 4 ECTS**

Les principaux objectifs pour les groupes de débutants sont de comprendre les notions de base de la conversation, d'être capable de traiter des problèmes du quotidien et d'apprendre le vocabulaire de base y compris les vêtements et les descriptions de la mode. Les principaux objectifs des groupes intermédiaires sont de pratiquer des situations de conversation et d'interview, de comprendre des questions et d'y répondre dans une situation de travail.

Evaluation écrite et orale pendant tout le semestre et l'examen final

Options :

- Illustrations de mode / dessin – 2 ECTS
- Photographie – 1 ECTS

2. SECOND SEMESTRE (Janvier - Mars 2019) – 30 ECTS

- **Brand identity et marketing international: 4 ECTS**

A travers un spectre de bases théoriques et d'exemples réels, ce cours a pour objectifs de donner aux étudiants les principales clefs pour comprendre, maîtriser et renforcer le contenu et la représentation d'une marque dans toutes ses acceptations tant au niveau national qu'international. Les étudiants apprendront également à comprendre les problématiques et à définir des stratégies marketing dans un contexte de développement international multiculturel. A la fin de ce cours, les étudiants devront être capables d'analyser et de décrypter l'identité d'une marque, de savoir utiliser différents outils d'analyse comme le prisme de Kapferer et de lancer une marque à l'international.

Questions de cours et cas pratique en contrôle continu et en examen final

- **Communication digitale et réseaux sociaux: 3 ECTS**

Trois thèmes principaux seront abordés dans ce cours : web marketing, communication 360° incluant le marketing des réseaux sociaux ainsi que le développement de l'expérience client en ligne (publicité/communication en ligne et l'exposition aux médias sociaux). Les étudiants seront exposés aux principaux leviers du marketing numérique et évalueront de manière critique les stratégies de marketing. Ils compareront les médias traditionnels et les médias numériques et évalueront leurs fonctions intégrées.

Présentations orales en contrôle continu et en examen final

- **Commerce international: 2 ECTS**

Cette formation a pour objectif de permettre aux étudiants d'identifier les principaux dispositifs de soutien des pouvoirs publics et des acteurs privés afin d'être en capacité d'anticiper et de se prémunir contre l'ensemble des risques dans une démarche d'internationalisation. Ce cours permet de mieux comprendre les enjeux et les risques liés au développement international de l'entreprise et de mettre en place d'une stratégie logistique adaptée.

Cas pratique en contrôle continu et en examen final

- **Organisation de défilé de mode: 2 ECTS**

L'objectif de ce cours est de savoir organiser un défilé, savoir qui contacter dans quel timing et pour quel tarif. Les étudiants seront capables de faire un sitting de défilé et de savoir placer les invités. Ils apprendront également à faire les choix stratégiques pour savoir si une marque doit réaliser un défilé de mode ou non.

Questions de cours et cas pratique en contrôle continu et en examen final

- **Présentations secteurs : Mode masculine, mode enfantine, parfumerie: 4 ECTS**

Ce cours permet de sensibiliser l'étudiant à la mode masculine, de lui faire connaître les créateurs et marques prescripteurs et d'expliquer les impératifs du produit masculin. L'enseignement mêle à la fois des apprentissages magistraux, mais aussi des projections de défilés masculins.

Questions de cours en contrôle continu et dissertation en examen final

Avec ce module, les étudiants seront capables d'appréhender le secteur de la mode enfantine en France: pour une marque, ils sauront décrire la segmentation d'âge exploité, situer les codes stylistiques fondateur, reconnaître les produits et matières spécifiques au secteur, évaluer le respect des normes de sécurité des produits propres à chaque tranche d'âge, expliquer les astuces de praticité indispensables dans la conception des modèles et définir le système de distribution.

QCM en contrôle continu et exposé en examen final

Ce cours vise à expliquer la chaîne de fabrication d'un parfum de marque. Les étudiants apprendront qui sont les principaux acteurs du secteur de la parfumerie, quelle est l'évolution de ce marché et quels sont ses enjeux. Les notions de licence, de propriété intellectuelle d'un jus et de la longévité d'une marque de parfum seront également abordées.

Examen final avec questions de cours et questions de réflexion

- **Optimisation et gestion des ventes: 3 ECTS**

Ce module permet aux étudiants de développer leurs compétences managériales en comprenant et appliquant les styles de management appropriés à chaque entreprise. Ils amélioreront également leurs compétences techniques en analysant les chiffres de boutiques (tableaux de bord, analyse des performances).

Exposé en contrôle continu et questions de cours en examen final

- **Production et collection: 2 ECTS**

La finalité de ce cours est de préparer les étudiants à la réalité des métiers de collection et de production. Les étudiants vont également acquérir un vocabulaire technique. Les notions de prix de revient, de prix de gros et de prix de détail seront abordées. La phase de production avec les show rooms, les commandes matières, les lancements et suivi de production seront abordées tout comme les têtes de séries, la fabrication, la réception et le contrôle qualité.

Cas pratique et exposés en contrôle continu et QCM en examen final

- **Sociologie de la mode: 1 ECTS**

L'objectif est d'enseigner aux étudiants les bases des théories sociologiques, psychologiques et anthropologiques concernant les secteurs de la mode et du luxe.

Examen final avec présentation orale

- **Cas pratique : 3 ECTS**

Ce module permettra aux étudiants d'apprendre à structurer leurs connaissances et à construire une stratégie d'entreprise pour la résolution de problèmes. Ils utiliseront des outils analytiques (qualitatifs ou quantitatifs) vus dans les différents modules afin de les appliquer à un cas d'entreprise réel. Les étudiants apprendront à lire un rapport annuel et à être en position d'un manager décidant de la meilleure stratégie possible.

Examen final avec un cas pratique

- **Achat et approvisionnements: 2 ECTS**

Ce cours permet de faire connaissance avec le métier d'acheteur, savoir comment il fonctionne, qui il est et dans quelle structure il peut exercer son métier. Les étudiants vont comprendre les mécanismes d'achat et savoir comment les adapter à la structure pour laquelle ils travailleront. Ils découvriront également les évolutions de ce métier avec des études de réussites retail.

Contrôle continu avec un QCM et examen final avec des questions de cours et une analyse en stratégie achat de deux enseignes ou deux marques.

UNIQUEMENT POUR LES ETUDIANTS QUI VIENNENT A L'ANNEE

- **Mémoire: 4 ECTS**

Ce travail théorique servira aux étudiants comme une aide pour leur future vie professionnelle, d'où l'importance de choisir le bon sujet. Ce mémoire les aidera à construire un réseau de contacts professionnels. Ils pourront publier leur travail de recherche sur le web sur des sites spécialisés, des blogs ou des réseaux sociaux.

Document écrit et présentation orale

POUR LES ETUDIANTS QUI VIENNENT UNIQUEMENT AU SECOND SEMESTRE

- **Paris Fashion districts & French brands: 1 ECTS**

Ce cours est basé sur la découverte des différents quartiers mode de Paris et de ses boutiques emblématiques. Les codes du luxe seront traités avec des visites Place Vendôme, avenue Montaigne, etc. Les étudiants découvriront également les codes de merchandising, la notion de services clients ainsi que l'excellence et le savoir-faire.

Examen final: évaluation de groupe

- **Histoire de la mode: 3 ECTS**

L'objectif de ce cours est de voir la mode et ses enjeux du XIX^{ème} siècle aux années 2000 afin de constituer une culture visuelle de mode en lien avec l'art, la société, etc et de comprendre la mode actuelle à la lumière du passé récent. Le parcours est chronologique, émaillé de points thématiques pour retenir l'important, période par période. Les étudiants devront élargir leurs connaissances, notamment par le biais des références bibliographiques, afin de se construire une culture personnelle.

Questions de cours et études de cas en contrôle continu et en examen final

- **Visual merchandising: 3 ECTS**

Cet enseignement vise à connaître les fondamentaux du merchandising visuel. Plus précisément, il s'agit d'apprendre aux étudiants à définir des rentabilités commerciales suivant un parcours client, à créer des signatures merchandising suivant des briefs et à mesurer les performances merchandising.

Contrôle continu sous forme de QCM et cas pratique en examen final

- **Français comme langue étrangère : 2 ECTS**

Les principaux objectifs pour les groupes de débutants sont de comprendre les notions de base de la conversation, d'être capable de traiter des problèmes du quotidien et d'apprendre le vocabulaire de base y compris les vêtements et les descriptions de la mode. Les principaux objectifs des groupes intermédiaires sont de pratiquer des situations de conversation et d'interview, de comprendre des questions et d'y répondre dans une situation de travail.

Evaluation écrite et orale pendant tout le semestre et l'examen final

Options :

- Illustrations de mode / dessin – 2 ECTS
- Photographie – 1 ECTS