

MANAGEMENT INTERNATIONAL DES ARTS DE LA FRANCE

MASTER

UFR ING NIEURIE DU TOURISME,
DU B ˆTIMENT ET DES SERVICES
Imis-Esthua

scolarite.itbs@listes.univ-angers.fr
7 allée François Mitterrand
BP 40455
49004 ANGERS cedex 01
Tél. 02 44 68 81 00
Fax 02 44 68 81 01

PRESENTATION GÉNERALE

Une formation professionnelle : centrée sur la connaissance des produits culturels et artistiques associés à l'excellence française, susceptibles d'être diffusés à l'international : les industries de la mode, la culture patrimoniale, le design contemporain, les industries culturelles, la gastronomie et produits vitivinicoles, les métiers d'art, les arts de la table, les produits liés au bien-être.

Une formation complète :

Une formation pluridisciplinaire (management, culture, arts, patrimoine, langues), universitaire (mémoire de recherche) et professionnelle (un stage de 4 mois en M1 et un stage de 6 mois en M2).

Des partenariats universitaires et professionnels :

Possibilité d'effectuer un semestre d'études dans une université étrangère dans le cadre des échanges Erasmus ; possibilité de stages à l'international gr ˆce aux compétences acquises dans le cadre de la formation.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Il s'agit de former des managers à haut potentiel :

- Aptes à travailler à l'étranger au sein de structures multinationales ou de petites ou moyennes entreprises
- Capables de s'adapter à des situations économiques, sociales et culturelles variées
- D'animer des équipes et des réseaux de distribution et de commercialisation
- D'accompagner et d'anticiper les évolutions des marchés, des organisations, des produits et des clientèles. Les personnes formées devront être aptes à établir des liaisons entre la culture, les arts, le patrimoine et la valorisation économique, en prenant appui sur les savoir-faire et l'excellence française.

DÉBOUCHÉS

Plusieurs profils d'activité sont concernés par la formation :

- L'univers de la mode, la joaillerie, la parfumerie, les vins et spiritueux, les métiers d'art, ainsi que l'hôtellerie de luxe, offrent aux étudiants l'opportunité d'accéder à des postes de chef de produits, chargés de communication, des relations publiques et relations presse, responsable marketing, chef de projet ou encore chef de zone export.
- Les étudiants pourront également s'orienter vers les postes de commissaire d'expositions, de concepteur d' v nements dans le secteur du marché de l'art et dans le cadre d'institutions et d'entreprises culturelles tels les alliances françaises et les centres culturels à l'étranger.

RECRUTEMENT

Conditions d'accès : licence (lettres, langues vivantes, sciences sociales, économie et gestion, tourisme) validée, 180 crédits, au moins 2 langues vivantes, français niveau C1 pour les étudiants étrangers)

Modalités de recrutement : sur dossier (  télécharger sur le site de l'université) puis entretien

Période de recrutement : de mars à mai

CALENDRIER PREVISIONNEL

Semestre 1 : cours de septembre à décembre
Semestre 2 : cours en janvier/février puis stage de 4 mois à partir du 1^{er} mars
Semestre 3 : cours de septembre à décembre
Semestre 4 : stage de 6 mois à partir de mi-janvier

CONTACTS

Site web : www.univ-angers.fr/itbs
Responsable de la formation : Vincent Coëffé : vincent.coeffe@univ-angers.fr
Scolarité : scolarite.itbs@listes.univ-angers.fr
Stage : bureau des stages 206

PROGRAMME

MASTER 1 - Semestre 1

Unité Fondamentale - Langues et civilisations :

Anglais – LV2 – LV3 – Introduction aux débats contemporains – Régions et sites touristiques européens

Unité Fondamentale – Economie et management

1 : Mise à niveau Gestion (opt.) – Mise à niveau Marketing des services (opt.) – Management des organisations – Management de la qualité de services – Finances d'entreprises – Connaissance des industries culturelles

Unité Fondamentale – Sciences sociales : Mise à niveau Sciences sociales (opt.) – Mise à niveau Sciences sociales (traitement informatique) (opt.) – Mise à niveau Concepts et acteurs THRL (opt.) – Acteurs et systèmes de la culture et du patrimoine – Architecture contemporaine et design – Histoire de l'art – Sociologie de la culture et dynamique des pratiques culturelles

Unité Fondamentale – Projet Personnel et Professionnel de l'Étudiant : Méthodologie de recherche – Pratique du projet professionnel – Communication professionnelle spécialisée

Unité Complémentaire – Valorisation économique de la culture : Stratégie marketing et étude de marchés – Culture et événements – Analyse et décodage des tendances – Management interculturel – Outils et méthode de la connaissance historique

MASTER 1 - Semestre 2

Unité Fondamentale – Economie et Management

2 : Economie de la culture et du patrimoine – Droit de la culture – Gestion des ressources humaines

Unité Fondamentale – Stage : 4 mois

Unité Fondamentale – Mémoire de recherche

Unité Complémentaire – Management

international des arts de la France :

Connaissance de la culture française - Marchés de l'Art - Gastronomie française et Arts de la table - Mobilités de loisir et shopping - Connaissance des salons et expositions - Histoire de la Mode - Vins et alcools français - Hébergement dans le patrimoine - Conférences professionnelles thématiques

MASTER 2 - Semestre 3

Unité Fondamentale - Langues et civilisations :

Anglais – LV2 – LV3 – Civilisation des pays d'Europe centrale et de la Russie (opt.) – Civilisation européenne / Fle renforcé (opt.)

Unité Fondamentale – Economie et management : Marketing international – Marketing culturel – Management des marques – Droit communautaire – Droit international

Unité Fondamentale – Projet Personnel et Professionnel de l'Étudiant : Rédiger un mémoire – Méthodologie de traitement des données – Bilan expérientiel – Communication professionnelle spécialisée

Unité Complémentaire – Valorisation économique de la culture : Recherche de financements et partenariats institutionnels (sponsoring, mécénat) – Culture créative et diffusion internationale - Protection des marques et droits intellectuels - Stratégies de communication et marketing territorial - Traitement statistique des données et tableau de bord - Politiques culturelles des villes - Relations publiques et Relations presse

Unité Complémentaire – Management international des arts de la France : Métiers d'Art et Création - Merchandising des produits culturels - Accessoire de mode : maroquinerie, bijoux - Parfums et Cosmétiques - Création des collections et des achats - Actualité des maisons de couture - Histoire des grandes marques françaises - Conférences professionnelles thématiques - Projet d'étude appliquée

MASTER 2 - Semestre 4

Unité Fondamentale – Stage : 6 mois

Unité Fondamentale – Mémoire de recherche