

MANAGEMENT DE LA MODE ET DE LA CREATION

MASTER

UFR ING NIEURIE DU TOURISME,
DU BÂTIMENT 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 GENERALE

Positionnement

La mode est le second secteur économique après le tourisme. La France occupe le 1er rang international avec 20% du marché mondial. La libéralisation du commerce mondial, les évolutions technologiques, les mutations sociales, culturelles et écologiques des sociétés contemporaines entrainent une modification de la demande de la clientèle et un accroissement de l'offre de postes à fortes qualifications dans les entreprises. Ces postes correspondent à la nécessité pour les entreprises d'intégrer les nouvelles technologies et les sciences sociales pour développer la créativité, la compétitivité et les démarches à l'export.

Une formation universitaire et professionnalisée :

Une formation pluridisciplinaire (management, tourisme, culture, patrimoine, langues), universitaire (mémoire de recherche), professionnelle ( tudes de cas, intervenants professionnels, stage de 4 mois en M1 et stage de 6 mois en M2) et internationale (possibilité de stages à l'étranger, ouverture sur le monde).

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Il s'agit de former des managers capables de gérer l'interface entre la création et les process industriels, de relever les enjeux de la créativité, des nouveaux services et des technologies émergentes pour accroître la compétitivité des entreprises du secteur de la Mode ou leur permettre de conquérir de nouveaux marchés.

DÉBOUCHÉS

Les métiers visés sont chefs de marché, chefs de produits, métiers de la distribution, acheteurs, développeurs spécialistes de mode enfantine, de mode éthique et éco-conception (problématique émergente de la mode responsable) et de mode numérique (les hautes technologies au service de l'innovation, tant dans le secteur de la création que de la commercialisation).

RECRUTEMENT

Conditions d'accès :

Formation ouverte aux étudiants d'économie, gestion, commerce, sciences humaines et sociales: 180 crédits (Licence) ; 2 langues vivantes et avoir une bonne connaissance et des expériences pratiques dans le domaine de la mode.

Modalités de recrutement :

- . Sur dossier (  télécharger sur le site de l'université) puis entretien
- . Période de recrutement : de février 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 début février

CONTACTS

Site web : www.univ-angers.fr/itbs
Responsable de formation : Françoise Tricoire, francoise.tricoire@univ-angers.fr

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'Etudiant : 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 de la mode et de la création : Mode contemporaine – Archéologie contemporaine du vêtement – Sociologie de la Mode – Sourcing industriel et marketing de mode – Elaboration d'une collection – Communication d'une entreprise de mode – Mode et innovation – Conférences professionnelles

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'Etudiant : 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 de la

mode et de la création : Images de mode – Histoire du vêtement d'enfant – Conception d'une collection enfantine – Distribution et marketing de mode enfantine – Mode éthique – mode responsable – Réalité virtuelle et augmentée au service de la création – Les hautes technologies au service de la distribution- Conférences professionnelles thématiques - Projet d'étude appliquée

MASTER 2 - Semestre 4

Unité Fondamentale – Stage : 6 mois en entreprises ou institutions ou cabinet d'études

Unité Fondamentale – Mémoire de recherche