

Résumé du référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

1. Référentiel d'activités

- Élaboration de stratégies marketing, merchandising et de management d'entreprise de mode et du luxe
- Communication et événementiel au sein des entreprises de mode et du luxe (communication de produit d'entreprise, publicité, relations publiques, événementiel et presse)
- Prospective de tendances au sein des entreprises de mode, bureaux de style, cabinets de prospectives
- Conseil et accompagnement du développement de marques ou d'entreprises des secteurs de la mode et du luxe sur les marchés français ou internationaux

2. Référentiel de compétences

- Maîtriser l'ensemble du processus de création et de management de collections/produits : de l'élaboration du concept à leur mise sur le marché en élaborant et conduisant les étapes de la chaîne de valeur en amont et aval en vue d'assurer le développement de la marque, de l'entreprise en France et à l'international
- Appliquer le processus achat et approvisionnement dans son intégralité au niveau national et international
- Maîtriser les techniques d'assemblage d'un vêtement et les techniques d'analyse de la valeur permettant de concevoir, développer et réaliser un « Produit », une ligne de produit ou collections
- Mobiliser les outils marketing et les techniques commerciales afin de développer les ventes en assurant une maîtrise de la marge et de l'image
- Appliquer les nouvelles techniques de commercialisation liées au E-commerce : category Management, techniques marketing et commerciales digitales
- Identifier et utiliser à bon escient les techniques et outils de gestion budgétaire les techniques d'achat et de négociation, les outils marketing, leurs utilisations et leurs objectifs et connaître les stratégies de la concurrence
- Maîtriser les techniques de diagnostic et recommandations à l'international en vue de favoriser le développement de la marque/entreprise
- Anticiper et analyser des phénomènes esthétiques, des tendances de mode et des comportements des utilisateurs
- Conduire des études en prospective de tendances de mode en mobilisant les démarches et les méthodes adaptées
- Réaliser des études sectorielles pour soutenir et valoriser la création : adaptation du produit au marché et circuits de commercialisation
- Conduire une analyse critique de la mode dans les circuits de l'information et d'échange des sociétés contemporaines en intégrant les impératifs de RSE et de développement durable
- Mobiliser la technologie informatique et digitale de la mode (CAO, traitement des images...)
- Appréhender l'histoire, la géographie et l'anthropologie de la mode et des textiles pour conseiller et / ou mener des recherches

- Identifier les usages numériques et les impacts de leur évolution sur le ou les domaines concernés par la mention
- Se servir de façon autonome des outils numériques avancés pour un ou plusieurs métiers ou secteurs de recherche du domaine
- Mobiliser des savoirs hautement spécialisés, dont certains sont à l'avant-garde du savoir dans un domaine de travail ou d'études, comme base d'une pensée originale

MASTER – MODE

- Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou à l'interface de plusieurs domaines
- Résoudre des problèmes pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures et intégrer les savoirs de différents domaines
- Apporter des contributions novatrices dans le cadre d'échanges de haut niveau, et dans des contextes internationaux
- Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande ou d'une situation afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes en respect des évolutions de la réglementation
- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation
- Communiquer à des fins de formation ou de transfert de connaissances, par oral et par écrit, en français et dans au moins une langue étrangère
- Gérer des contextes professionnels ou d'études complexes, imprévisibles et qui nécessitent des approches stratégiques nouvelles
- Prendre des responsabilités pour contribuer aux savoirs et aux pratiques professionnelles et/ou pour réviser la performance stratégique d'une équipe
- Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en œuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif
- Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique dans le cadre d'une démarche qualité
- Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale

Dans certains établissements, d'autres compétences spécifiques peuvent permettre de décliner, préciser ou compléter celles proposées dans le cadre de la mention au niveau national.

Pour en savoir plus se reporter au site de l'établissement.

3. Référentiel d'évaluation

Les modalités du contrôle permettent de vérifier l'acquisition de l'ensemble des aptitudes, connaissances, compétences et blocs de compétences constitutifs du diplôme. Ces éléments sont appréciés soit par un contrôle continu et régulier, soit par un examen terminal, soit par ces deux modes de contrôle combinés.

Concernant l'évaluation des blocs de compétences, chaque certificateur accrédité met en œuvre les modalités qu'il juge adaptées : rendu de travaux, mise en situation, évaluation de projet, etc. Ces modalités d'évaluation peuvent être adaptées en fonction du chemin d'accès à la certification : formation initiale, VAE, formation continue.

Chaque ensemble d'enseignements a une valeur définie en crédits européens (ECTS). Pour l'obtention du grade de master, une référence commune est fixée correspondant à l'acquisition de 120 ECTS au-delà du grade de licence.