

MASTER

Mention : Mode

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

| | REFERENTIEL DE COMPETENCES | REFERENTIEL D'EVALUATION |
|--|---|---|
| <p>Les activités sont exercées en intégrant les enjeux sociaux et culturels contemporains, notamment en termes de RSE, d'éthique et de respect de la dimension patrimoniale propres aux domaines de la mode :</p> <ul style="list-style-type: none">- Élaboration de stratégies marketing, merchandising pour les secteurs de la mode et du luxe- Elaboration et déploiement de stratégie de communication (produit, publicité, relations publiques, et presse)- Prospective de tendances dans l'univers de la mode- Conseil et accompagnement du développement de marques ou d'entreprises des secteurs de la mode et du luxe sur les marchés français ou internationaux | <p><i>Compétences transversales</i></p> <ul style="list-style-type: none">- 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- 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 | <p>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. Chaque ensemble d'enseignements à 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 crédits ECTS au-delà du grade de licence.</p> |

| | REFERENTIEL DE COMPETENCES | REFERENTIEL D'EVALUATION |
|--|--|--------------------------|
| <p>- Conception et édition de contenu sur différents médias (web, réseaux, presse spécialisée)</p> <p>- Conduite de projets rassemblant différents acteurs de la filière de la mode et des domaines connexes</p> | <ul style="list-style-type: none"> - 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 sociale et environnementale - Prendre en compte la problématique du handicap et de l'accessibilité dans chacune de ses actions professionnelles <p><i>Compétences spécifiques</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyser des phénomènes de mode en s'appuyant sur les techniques de la recherche et de l'enquête - Réaliser des études sectorielles pour soutenir et valoriser la création et adapter le produit aux marchés et circuits de commercialisation - Réaliser des études prospectives de tendances de mode, notamment dans un contexte international en mobilisant les méthodes scientifiques adaptées - Conduire une analyse critique de la mode dans les circuits de l'information et d'échange des sociétés contemporaines en s'appuyant sur ses connaissances en histoire, culture, et image de la mode - Décrypter les phénomènes sociaux-culturels contemporains liés à la mode - Anticiper et analyser des phénomènes esthétiques, des tendances de mode et des comportements des utilisateurs - Élaborer des stratégies marketing, merchandising et management d'entreprise de mode et de communication en utilisant les modèles économiques du domaine - Faire évoluer les marques, leurs produits et leurs formes d'expression - Employer les modes d'expression et de communication usuels de la mode - S'approprier des formes d'expression en dehors de l'univers de la mode pour les adapter | |

| | REFERENTIEL DE COMPETENCES | REFERENTIEL D'EVALUATION |
|--|---|--------------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> - Exprimer sa créativité au service d'un projet à travers la communication de produit d'entreprise, la publicité, les relations publiques, l'évènementiel, la presse et les réseaux sociaux - Conduire des projets dans l'univers de la mode en travaillant efficacement avec l'ensemble des parties prenantes - Conseiller et accompagner le développement de marques ou d'entreprises en mobilisant l'histoire, la géographie, l'anthropologie et la sociologie de la mode, des textiles et du luxe - Respecter la dimension patrimoniale de la mode dans la conduite de projets - Mobiliser les impératifs de RSE et de développement durable dans la conduite de projets dans le domaine de la mode - Mettre en place une veille active sur les innovations numériques à l'international dans le domaine de la mode - Appliquer les techniques de commercialisation liées au e-commerce : community management, techniques marketing et commerciales numériques - Organiser la gestion de l'image, de la communauté et de la réputation d'une marque ou d'une entreprise sur les réseaux et en ligne <p><i>Dans certains établissements, d'autres compétences spécifiques peuvent permettre de décliner, préciser ou compléter celles qui sont proposées dans le cadre de la mention au niveau national. Pour en savoir plus se reporter au site de l'établissement.</i></p> | |