

Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

Manager mode et luxe

Diplôme visé niveau 7

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Mise en œuvre des usages avancés et spécialisés des outils numériques	<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 	Etude de cas intégrant la dimension des outils et enjeux numériques	<ul style="list-style-type: none"> - Maîtrise des outils numériques et de pilotage de l'activité - Compréhension des structures de données
Mobilisation et production de savoirs hautement spécialisés	<ul style="list-style-type: none"> - 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 	Rédaction d'un mémoire individuel	<ul style="list-style-type: none"> - Démonstration de la pertinence de la question de recherche par rapport aux problématiques managériales et aux contributions de la littérature dans le domaine - Précision et exhaustivité de la revue de la littérature - Capacité à mettre en place une méthodologie de recherche qui répond aux critères de scientificité (validité et fiabilité de la démarche) - Qualité de l'opérationnalisation de la collecte de données - Rigueur dans l'analyse des données collectées
Mise en œuvre d'une communication spécialisée pour le transfert de connaissances	<ul style="list-style-type: none"> - 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 	Soutenance de mémoire	<ul style="list-style-type: none"> - Capacité à exprimer clairement des idées, tant visuellement qu'à l'oral, en utilisant efficacement divers supports - Qualité de l'argumentation

<p>Contribution à la transformation en contexte professionnel</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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 - Prendre en compte la problématique du handicap et de l'accessibilité dans chacune de ses actions professionnelles 	<p>Rédaction d'un rapport et soutenance de stage</p> <p>Rendu et soutenance de cas réels d'entreprises</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Démonstration de l'adéquation des compétences acquises avec les attendus des métiers visés - Capacité à travailler en équipe - Capacités de leadership, d'argumentation et de conviction - Capacité à mobiliser des compétences interdisciplinaires
<p>Management et valorisation de la création dans une marque de mode ou de luxe</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendre les langages de la création pour pouvoir préserver, accompagner et développer la vision créative d'un directeur artistique - Maîtriser les référentiels culturels et historiques qui permettent de construire une source de différenciation pour une entreprise de mode en analysant en contexte l'émergence des grands courants de création - Articuler une vision créative avec l'ensemble des fonctions de l'entreprise et aligner les objectifs respectifs de l'ensemble des parties prenantes - Matérialiser sur des supports multiples (plateforme de marque, outils de communication internes et externes) les partis pris créatifs d'une entreprise du secteur de la mode et penser leur déclinaison dans l'offre, le contenu et l'expérience proposée par une marque 	<p>Evaluation finale des projets individuels ou de groupe</p> <p>Rédaction et soutenance d'un mémoire ou d'un essai</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Capacité à rechercher, sélectionner et analyser les informations - Connaissance des marqueurs historiques et culturels d'une marque de mode et de luxe - Capacité à articuler une intention créative avec l'ensemble des fonctions de l'entreprise - Capacité à travailler dans un environnement créatif

<p>Pilotage d'une marque ou d'un projet entrepreneurial dans la mode ou le luxe</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Concevoir une gamme de produits de mode sur la base d'un brief créatif ou interpréter et orienter les pistes créatives afin d'aboutir à une proposition de produits commercialisable - Organiser une veille stratégique, en identifiant les problématiques socio-économiques, technologiques, environnementales et réglementaires du secteur de la mode et en établissant les modalités de collecte, de traitement et de partage d'informations, afin de repérer et d'évaluer les facteurs d'évolution ayant un impact sur son périmètre d'activité en matière de risques et d'opportunités - Réaliser un benchmark concurrentiel en identifiant les méthodes d'organisation et de développement de produits les plus efficaces, afin de repérer les meilleures pratiques et de déterminer leurs modalités d'appropriation par son entreprise - Développer un projet entrepreneurial ou intrapreneurial associant les parties prenantes (consommateurs, clients, fournisseurs, partenaires, etc.), afin de créer de nouvelles propositions de valeur - Élaborer, suivre et piloter le budget d'un département, d'une business unit ou d'une entreprise afin de sélectionner le ou les modes/sources de financement appropriés aux différentes étapes de développement d'un projet entrepreneurial 	<p>Mise en situation, simulation ou jeu d'entreprise</p> <p>Etude de cas</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Capacité à construire un positionnement de marque différenciant dans l'esprit du consommateur - Bonne compréhension des différents modèles économiques des entreprises de mode et des besoins des consommateurs - Capacité à identifier les problématiques socio-économiques, technologiques, environnementales et réglementaires du secteur de la mode - Capacité à réaliser des analyses sur la base d'une veille et de benchmarks
<p>Élaboration et production d'une collection</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Participer à l'élaboration des collections de produits de mode en conduisant des réunions avec les équipes créatives, marketing, commerciales et techniques, afin de définir le positionnement de la gamme de produits dans le respect des intentions créatives ayant présidé à sa conception - Élaborer un plan marketing de l'offre, en cohérence avec le positionnement et la stratégie de la marque, en fixant des objectifs opérationnels et en planifiant des actions et des moyens (humains, matériels et financiers) à mobiliser, dans le but de soutenir les objectifs stratégiques d'une marque de mode. - Élaborer une stratégie de production adaptée à chaque type de produit et respectant les exigences environnementales et sociales, en déterminant les modalités et critères de recherche, de qualification et de sélection de fournisseurs à mettre en œuvre. - Optimiser la procédure d'achat en interaction avec le parc fournisseur ou les marques partenaires en établissant et partageant les éléments d'un cahier des charges respectant les prérequis et attentes d'une marque ou d'un distributeur de mode 	<p>Dossier de synthèse</p> <p>Etude de cas</p> <p>Réalisation d'exercices et de mises en situation</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Connaissance des matières et du cycle de vie des produits de mode - Capacité à proposer un plan de collection pertinent - Capacité à analyser les bilans des saisons passées - Définition d'objectifs marketing atteignables et mesurables - Capacité à identifier les modes de production et processus d'achat d'une collection

<p>Intégration des nouvelles technologies digitales et de la data dans le pilotage d'une entreprise de mode ou luxe</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Assurer une veille des évolutions technologiques du secteur de la mode en évaluant leur potentiel et leur intérêt pour son entreprise, afin de déterminer la faisabilité et les conditions de leur intégration aux processus de conception, de production et de développement de son entreprise - Comprendre les enjeux et le vocabulaire de la data science pour intégrer de façon actionnable et pertinente le traitement des données aux différents départements d'une entreprise de mode - Utiliser les notions fondamentales de sciences humaines et sociales, en explorant les effets des innovations technologiques ou digitales sur les consommateurs, les organisations et la société sur le plan de l'éthique - Evaluer de manière réaliste les délais, les coûts et la qualité de la transformation intégrant une technologie émergente dans le cadre de la gestion d'un projet 	<p>Ateliers expérientiels</p> <p>Etude de cas</p> <p>Réalisation d'exercices de mise en pratique</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Capacité à analyser et intégrer les mutations technologiques du secteur - Maîtrise du vocabulaire de la data science - Capacité à analyser les effets des innovations technologiques et digitales sur une organisation - Capacité à proposer des solutions technologiques implémentables dans une entreprise de mode ou de luxe
<p>Conception et mise en œuvre d'une stratégie RSE dans une entreprise de mode</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Maîtriser les référentiels et le cadre juridique liés à l'écoresponsabilité dans la mode pour s'assurer du respect des normes et anticiper les évolutions nécessaires au sein de l'entreprise - Identifier les parties prenantes de la RSE au sein de l'organisation, de son réseau et de son environnement, en précisant les enjeux de chacune d'entre elles, en vue d'intégrer ceux-ci à la stratégie d'ensemble - Identifier à travers des recherches et analyses les impacts environnementaux et sociaux potentiels des activités, de la chaîne d'approvisionnement et des produits de l'entreprise, dans un objectif de limitation de ces impacts sur toute la chaîne de valeur - Mener une Analyse du Cycle de Vie - ACV des produits, développer des KPI de RSE et mettre en place des systèmes de reporting pour évaluer les avancées de l'entreprise en termes de durabilité dans tous les champs (environnemental, humain, etc) 	<p>Réalisation d'exercices et de mises en situation</p> <p>Rédaction d'un essai</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Capacité à analyser et intégrer les mutations écologiques et sociétales du secteur - Connaissance des référentiels et du cadre juridique liés à l'écoresponsabilité - Capacité à analyser les impacts environnementaux et sociaux des activités de l'entreprise - Suivi et analyse des performances RSE