

Année universitaire 2024/2025

# Management du luxe – 207 - 2ème année de master

**Crédits ECTS : 60**

## LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

Ce parcours Management du luxe forme les étudiants à une compréhension des enjeux et de la totalité de la chaîne de valeur d'une industrie internationale et porte drapeau de l'économie française. La formation en apprentissage développe les savoir-être et savoir-faire nécessaires pour mener une carrière en France et à l'international, grâce à une équipe d'intervenants académiques et professionnels, spécialistes du secteur.

### Les objectifs de la formation :

- Gérer une équipe multinationale dans le contexte du luxe
- S'adapter au changement dans une industrie exigeante et internationale
- Gérer les projets marketing dans le luxe en se nourrissant de culture artistique
- Construire une marque dans l'industrie du luxe (création et renaissance)
- Structurer des collections produit et les adapter aux régions du monde
- Piloter les différents canaux dans l'industrie du luxe Retail, Wholesale et E-commerce

## PRÉ-REQUIS OBLIGATOIRES

- Titulaire d'un diplôme BAC+4 ou équivalent d'une université ou d'un autre établissement de l'enseignement supérieur, ayant validé 240 crédits ECTS.

## POURSUITE D'ÉTUDES

Ce parcours peut notamment être prolongé par une thèse de doctorat, pour des étudiants souhaitant se destiner à la recherche.

## PROGRAMME DE LA FORMATION

- Semestre 3
  - Obligatoire
    - Grands témoins
    - Marques et directeurs Artistiques
    - Economie des marchés du luxe
    - Gestion des produits et collections
    - Business Data Analysis
    - Retail 1
    - Marketing digital
    - Marketing de luxe
    - Challenge Inter-Parcours
    - Travail personnel : lecture, préparation des présentations
- Semestre 4

- Obligatoire
  - Sustainability & fashion behind the scenes
  - Luxury Clients
  - Leadership et Team management
  - Retail Excellence
  - Merchandising
  - Histoire de l'art
  - Luxury business cases
  - Learning expedition
  - PSL Week
  - Travail personnel : lecture, préparation des présentations
  - Apprentissage ou Expériences en entreprise

## DESCRIPTION DE CHAQUE ENSEIGNEMENT

### Apprentissage ou Expériences en entreprise

**ECTS** : 6

**Description du contenu de l'enseignement :**

La formation se déroulant en alternance, les étudiants rédigent un livret d'apprentissage pour valider leur expérience professionnelle. Deux versions de ce livret doivent être rédigées à fin février et fin juin.

Par ailleurs, le tuteur universitaire rend visite à ses apprentis dans leur entreprise 2 fois dans l'année.

**Compétence à acquérir :**

L'étudiant doit remplir sa mission en entreprise selon sa job description et s'insérer dans son équipe et son entreprise

**Mode de contrôle des connaissances :**

Les 2 versions du livret d'apprentissage et les 2 visites

---

### Business Data Analysis

**ECTS** : 3

---

### Challenge Inter-Parcours

**ECTS** : 3

**Description du contenu de l'enseignement :**

- Plan Marketing

1. Définir des objectifs marketing, compte tenu des conditions environnementales et des contraintes organisationnelles
2. Formuler une stratégie marketing pour atteindre ces objectifs
3. Définir des initiatives (actions) associées à cette stratégie
4. Allouer des ressources et élaborer un budget
5. Élaborer un plan de mise en œuvre de la stratégie (par exemple le planning des actions à mener et l'organisation à mettre en place)
6. Proposer un protocole d'évaluation en identifiant les principaux indicateurs de mesure de la performance.

**Compétence à acquérir :**

Capacité à élaborer un plan marketing

**Mode de contrôle des connaissances :**

Les étudiants sont évalués par leur enseignant référent. Cette évaluation tient compte du retour de la start-up sur la qualité des recommandations.

---

## Economie des marchés du luxe

ECTS : 3

### Description du contenu de l'enseignement :

1. les grands marchés et les grands pays consommateurs du luxe.
2. Les principales catégories de produits.
3. L'impact du tourisme.
4. La structuration produit d'un grand groupe de luxe.
5. Les nouvelles tendances : le marché de l'occasion.
6. Le comportement des grandes fortunes mondiales.

### Compétence à acquérir :

Relativiser les chiffres et savoir mettre en perspective les communications financières des entreprises du secteur

### Mode de contrôle des connaissances :

L'évaluation se fera sur la base d'un travail collectif

### Bibliographie, lectures recommandées :

1. Suivre quotidiennement BoF : <https://www.businessoffashion.com>
2. S'abonner à Creative Capital Shanghai : <https://www.linkedin.com/company/creative-capital-hk/?originalSubdomain=fr>
3. Suivre South China Morning Post : <https://www.scmp.com>

---

## Gestion des produits et collections

ECTS : 3

### Description du contenu de l'enseignement :

product and collection Management / watch making industry / jewelry industry

to give students the strategic keys and culture of the W&J market

/ to give them the opportunity to apply this knowledge on real operational situations (case studies on a W&J Brands : strategic marketing analysis and new launching proposal.

### Compétence à acquérir :

Designing a collection according to the segmentation of the brand

---

## Grands témoins

ECTS : 0

### Description du contenu de l'enseignement :

Selon les invités

Découvrir la variété des secteurs industriels

### Compétence à acquérir :

Savoir interroger des responsables d'activité et futur employeurs

---

## Histoire de l'art

ECTS : 3

### Description du contenu de l'enseignement :

01

- Introduction générale
- Art paléochrétien, art byzantin
- Moyen Age

02

- Renaissance
- *Thème annexe : Cabinets de curiosité*

03

- Baroque Italien et Espagnol

04

- Classicisme Français
- *Thème annexe : Manufactures et invention française du luxe*

05

- 18eme siècle : Rococo et Neoclassique
- 19eme siècle : romantisme et naturalisme
- *Thème annexe : Anglicismes, Incroyables & Merveilleuses*

07

- 19eme (suite)

08

- 19eme (suite)
- 20eme siècle (jusqu'à la naissance de l'art abstrait)
- L'artification du luxe : analyse des stratégies de marque

**Compétence à acquérir :**

- Un socle de connaissances fondamentales en histoire de l'art
- Des bases de culture générale (histoire, histoire culturelle, civilisations)
- Comprendre et analyser les inspirations des créateurs de mode et de luxe
- Comprendre et analyser les stratégies d'artification des marques

**Mode de contrôle des connaissances :**

**GROUPE 50%**

- Présentations étudiants (groupe) en classe ou devant les œuvres au musée
- Rendus de fin de module (groupe)

**INDIVIDUEL 50%**

- Quizz (individuels)
- Présentation individuelle d'artiste ou d'un courant artistique

**Bibliographie, lectures recommandées :**

Il est difficile de trouver en ouvrages imprimés des documents qui couvrent complètement la période. Le web contient des ressources plus utiles, à l'exemple de <https://www.khanacademy.org/humanities/art-history>

---

## Leadership et Team management

ECTS : 3

---

## Learning expedition

ECTS : 0

**Description du contenu de l'enseignement :**

Le programme de formation prévoit un voyage d'étude dans une destination internationale pertinente pour l'étude des nouvelles tendances émergentes de l'économie du luxe

Intégrer la variété des modèles économiques de l'industrie du luxe

**Compétence à acquérir :**

- développer la capacité de préparer un voyage d'étude
-

## Luxury Clients

ECTS : 3

### Description du contenu de l'enseignement :

La distribution et les clients en Corée

La distribution et les clients en Chine

La distribution et les clients en Russie

La distribution et les clients aux USA

La distribution et les clients au Moyen Orient

### Compétence à acquérir :

Comprendre comment la culture, l'histoire et la géographie des pays expliquent la distribution et les clients du luxe aujourd'hui dans les principaux marchés

### Mode de contrôle des connaissances :

Cas pratiques en fin de chaque cours

---

## Luxury business cases

ECTS : 3

### Description du contenu de l'enseignement :

Travail en petits groupes sur des cas réels et actuels en lien avec des entreprises de luxe

### Compétence à acquérir :

Appliquer les outils marketing sur un cas réel et actuel

Prendre du recul et faire preuve de créativité dans les solutions proposées

Développer ses solutions avec précision

Prendre de l'aisance dans la présentation orale devant les acteurs de l'entreprise

### Mode de contrôle des connaissances :

Présentation intermédiaire et finale devant l'entreprise

---

## Marketing de luxe

ECTS : 3

---

## Marketing digital

ECTS : 3

### Description du contenu de l'enseignement :

Les différents leviers digitaux / Omnicanalité / e-CRM / E-Retail

Savoir identifier des objectifs et des KPI's digitaux / Appréhender les outils et différents leviers digitaux pour concevoir des stratégies 360° pertinentes

### Compétence à acquérir :

Acquérir une vision critique du digital et challenger les idées reçues

---

## Marques et directeurs Artistiques

ECTS : 6

### Description du contenu de l'enseignement :

Brand building: origines et modèles stratégique des marques / Communication 360: de la création de concept à la production et la diffusion de contenu / Digital: de l'omnicanal au «no channel» / Direction artistique: intégrer et gérer la création pour générer de la valeur.

Apprendre et maîtriser les principaux cadres, définitions et outils de construction de marque / Comprendre les enjeux de la

communication holistique et de la cohérence des messages publicitaires / Superviser les différentes étapes de conception et de production de campagnes de communication, y compris la gestion des talents et des droits / Comprendre l'impact et la complémentarité des canaux numériques vis-à-vis de la communication et de la distribution.

Définir le rôle de la Direction Artistique et identifier les différents modèles de travail de création en interne.

**Compétence à acquérir :**

Stratégie de Marque et de Communication / Management de Contenu et de Production / Gestion des Talents / Création et Direction Artistique / Communication 360 et Plan Média / Stratégie Digitale

**Mode de contrôle des connaissances :**

Cas pratique en groupes

---

## Merchandising

ECTS : 3

---

## PSL Week

ECTS : 3

---

## Retail 1

ECTS : 3

**Description du contenu de l'enseignement :**

International Retail Culture

Retailing mix

Client experience and selling ceremonies

Exclusive luxury selling ceremonies: examples

Driving a POS : KPI's and Floor Management // exercices

Your POS selling ceremonies: Each group presents the specific selling ceremony of the brand studied through an acting of the mystery shopping situation lived in the POS selected (role plays)

Other retail formats : Wholesale : Travel Retail and Export

**Compétence à acquérir :**

Analyse des indicateurs clés de performance d'un point de vente

Comprendre les différents canaux de distribution et le fonctionnement économique de chacun

**Mode de contrôle des connaissances :**

Test écrit individuel d'une durée d'1H30 en fin de cours

**Bibliographie, lectures recommandées :**

Le Bonheur des Dames, Emile Zola

---

## Retail Excellence

ECTS : 3

**Description du contenu de l'enseignement :**

Visuel Merchandising

Organization of the team: Career Path, Evaluation, Training

POS visit

The future of retail : prospective

**Compétence à acquérir :**

Prendre du recul sur l'avenir de la distribution

Analyser un point de vente : imaginer ses KPI's, analyser sa saisonnalité et faire des recommandations

**Mode de contrôle des connaissances :**

## Sustainability & fashion behind the scenes

**ECTS** : 3

### **Description du contenu de l'enseignement :**

Le cours propose une réflexion sur les discours et pratiques en matière de marketing et de stratégie dans l'industrie de la mode afin d'aiguiser la pensée critique des étudiants. Pour proposer un tel regard décalé, le cours se concentre sur le thème de la "mode durable" (après le thème des "villes vertes" en 2018-19). Les étudiants sont invités à regarder dans les coulisses pour comprendre les débats actuels dans l'industrie de la mode, impliquant une diversité de facettes de l'industrie :

1. La consommation de vêtements
2. La production de vêtements
3. La conception des vêtements
4. Le choix des matériaux
5. Le rôle et l'impact de la communication
6. L'environnement de travail

### **Compétence à acquérir :**

- Comprendre les enjeux de développement durable pour l'industrie de la mode
- Porter un regard critique sur les pratiques et les discours de l'industrie
- Collecter et analyser des données empiriques et des lectures théoriques

---

Travail personnel : lecture, préparation des présentations

---