

**Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation**  
**Diplôme visé grade de master Manager international mode et luxe**

**Institut français de la mode**

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
Mise en œuvre des usages avancés et spécialisés des outils numériques	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identifier les usages numériques et les impacts de leur évolution sur le ou les domaines concernés par la mention</li> <li>- Se servir de façon autonome des outils numériques avancés pour un ou plusieurs métiers ou secteurs de recherche du domaine</li> </ul>	Rédaction de notes de synthèse et mises en pratique	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maîtrise des outils numériques et de pilotage de l'activité</li> <li>- Compréhension des structures de données</li> </ul>
Mobilisation et production de savoirs hautement spécialisés	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 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</li> <li>- Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou à l'interface de plusieurs domaines</li> <li>- Résoudre des problèmes pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures et intégrer les savoirs de différents domaines</li> <li>- Apporter des contributions novatrices dans le cadre d'échanges de haut niveau, et dans des contextes internationaux</li> <li>- 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</li> </ul>	Rédaction et soutenance d'un mémoire de recherche individuel	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Démonstration de la pertinence de la question de recherche par rapport aux problématiques managériales et aux contributions de la littérature dans le domaine</li> <li>- Précision et exhaustivité de la revue de la littérature</li> <li>- Capacité à mettre en place une méthodologie de recherche qui répond aux critères de scientificité (validité et fiabilité de la démarche)</li> <li>- Rigueur dans l'analyse des données collectées</li> </ul>
Mise en œuvre d'une communication spécialisée pour le transfert de connaissances	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation</li> <li>- 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</li> </ul>	Présentation orale en anglais de l'atelier commun aux programmes de management et de création Mises en situation orales individuelles sur l'élaboration d'un pitch Evaluation écrite et orale des cours de langue	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacité à exprimer clairement des idées, tant visuellement qu'à l'oral, en utilisant efficacement divers supports</li> <li>- Qualité de l'argumentation</li> <li>- Compétences linguistiques</li> </ul>

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Contribution à la transformation en contexte professionnel	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gérer des contextes professionnels ou d'études complexes, imprévisibles et qui nécessitent des approches stratégiques nouvelles</li> <li>- Prendre des responsabilités pour contribuer aux savoirs et aux pratiques professionnelles et/ou pour réviser la performance stratégique d'une équipe</li> <li>- Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en œuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif</li> <li>- Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique dans le cadre d'une démarche qualité</li> <li>- Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité sociale et environnementale</li> <li>- Prendre en compte la problématique du handicap et de l'accessibilité dans chacune de ses actions professionnelles</li> </ul>	<p>Soutenance orale de l'atelier commun aux programmes de management et de création</p> <p>Rendu et soutenance de cas réels d'entreprises</p> <p>Rédaction d'un rapport et soutenance de stage</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Démonstration de l'adéquation des compétences acquises avec les attendus des métiers visés</li> <li>- Capacité à travailler en équipe</li> <li>- Capacités de leadership, d'argumentation et de conviction</li> <li>- Capacité à mobiliser des compétences interdisciplinaires</li> </ul>
Conception et pilotage d'une stratégie de marque pour la mode et le luxe	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analyser la concurrence et les tendances de marché (marques concurrentes, tendances de mode, styles de vie et comportements des consommateurs) à l'international</li> <li>- Définir l'ADN d'une marque de mode ou de luxe, tenant compte du patrimoine de la marque, de son savoir-faire spécifique et de ses évolutions</li> <li>- Analyser les évolutions technologiques et sociétales impactant le comportement d'un consommateur de mode et de luxe</li> <li>- Définir les besoins et attentes des consommateurs en termes de proposition de valeur, de style, de produits et de services</li> </ul>	<p>Rédaction de notes de synthèse pour les cours d'histoire et culture, de compréhension des marchés et comportement des consommateurs</p> <p>Rédaction d'un rapport individuel, avec soutenance orale, sur l'histoire, la stratégie commerciale, et les enjeux futurs d'une marque de luxe au choix</p> <p>Soutenance des cas d'entreprises</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacité à rechercher, sélectionner et analyser les informations</li> <li>- Connaissance des marqueurs historiques et culturels d'une marque de mode et de luxe</li> <li>- Bonne compréhension des différents modèles économiques des entreprises de mode et des besoins des consommateurs</li> <li>- Capacité à construire un positionnement de marque différenciant dans l'esprit du consommateur</li> </ul>

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Construction et développement d'une offre produits à forte valeur ajoutée créative	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Définir les axes stratégiques de développement de nouveaux produits et/ou marchés dans la mode et le luxe</li> <li>- Elaborer une structure de collection en fonction des prévisions de vente, de la saisonnalité et des tendances</li> <li>- Préparer un brief de collection pour les équipes du studio et du développement</li> <li>- Présenter une collection aux équipes commerciales et retail</li> </ul>	<p>Soutenance orale des ateliers expérimentiels produit</p> <p>Exercice de mise en pratique et études de cas en management produit et merchandising</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacité à analyser et intégrer les mutations technologiques, écologiques et sociétales du secteur</li> <li>- Connaissance des matières et du cycle de vie des produits de mode</li> <li>- Capacité à proposer un plan de collection pertinent</li> </ul>

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Elaboration d'une stratégie marketing et de distribution cross canal dans le secteur mode et luxe	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Déployer une stratégie marketing digitale dans tous les secteurs d'activité de la mode, du luxe et du design</li> <li>- Intégrer l'impact du digital sur les business modèles et la gestion de l'innovation d'une marque de mode et de luxe</li> <li>- Développer une stratégie prix cohérente pour les produits de luxe et collections de mode</li> <li>- Optimiser l'offre produit dans les différents points de vente en tenant compte des spécificités locales, des tendances et des préférences culturelles</li> <li>- Construire une stratégie Customer Relationship Management (CRM) mettant l'accent sur la personnalisation, la fidélisation et l'engagement des clients internationaux</li> <li>- Définir le cycle de vie d'un produit de mode et de luxe et analyser la performance commerciale</li> <li>- Manager des équipes multiculturelles et créatives</li> <li>- Développer une approche stratégique de la fonction achat dans les univers mode et luxe</li> <li>- Organiser la gestion et le développement d'un réseau de distribution cross canal et international pour une marque de mode et de luxe</li> <li>- Analyser les tendances de consommation mode et luxe à l'international</li> <li>- Intégrer les nouveaux paramètres de l'expérience client dans la stratégie d'achat d'un consommateur de mode et de luxe</li> <li>- Définir une politique merchandising et distribution pour une marque de mode et de luxe</li> </ul>	<p>Mises en situation en marketing, merchandising, distribution, finance et opérations</p> <p>Soutenance orale du projet de groupe de l'atelier commun aux programmes de management et de création</p> <p>Création (dossier et oral) d'un assortiment magasin pertinent sur le marché et en accord avec une nouvelle collection présentée en défilé</p> <p>Etudes de cas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Connaissance des spécificités propres à chaque modèle de distribution</li> <li>- Capacité à élaborer des stratégies propres à chaque canal de distribution</li> <li>- Suivi et analyse des performances</li> <li>- Définition d'objectifs marketing atteignables et mesurables</li> <li>- Capacité à construire un plan marketing complet</li> <li>- Bonne maîtrise des techniques quantitatives de merchandising</li> <li>- Capacité à travailler dans un environnement multiculturel</li> </ul>

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'ÉVALUATION	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Développement d'une stratégie de communication mode et luxe afin de définir et promouvoir l'image d'un produit ou d'une marque	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mettre en place une stratégie d'influence et de communication adaptée, en intégrant les spécificités liées à l'ADN de marque et à la vision créative du directeur artistique</li> <li>- Piloter une approche stratégique du merchandising visuel mode et luxe</li> <li>- Intégrer la dimension digitale dans la stratégie de communication d'une marque de mode ou de luxe</li> <li>- Créer du contenu de marque (texte, image, vidéo)</li> <li>- Concevoir les outils de communication adaptés : site internet, réseaux sociaux, relations presse, événementiel, etc</li> <li>- Développer la présence de la marque sur le web et les réseaux sociaux en tenant compte des spécificités du secteur de la mode et du luxe</li> <li>- Gérer les relations avec la presse et les réseaux d'influence</li> </ul>	<p>Rédaction de notes de synthèse ou présentation orale pour les cours d'identité de marque et positionnement, influence marketing, direction artistique et création d'images</p> <p>Présentation du design du merchandising visuel d'une boutique (dossier et oral) d'une marque de prêt-à-porter</p> <p>Présentation d'un projet de communication multimédia (podcast, video, webdesign) pour mettre en œuvre une stratégie de communication de marque (dossier et soutenance orale)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Formulation des objectifs de communication en lien avec le parcours client</li> <li>- Capacité à mettre en images un concept ou une idée</li> <li>- Bonne utilisation des techniques spécifiques liées à l'iconographie et à la production photo ou vidéo</li> <li>- Cohérence et intelligence visuelle du processus</li> </ul>