

MASTER

MANAGEMENT ET MARKETING DU LUXE



I. Philosophie de l'École :

L'UIK École de Management Digital s'appuie sur la pédagogie de la classe inversée placant ainsi l'étudiant au cœur de l'enseignement. Les cours sont dispensés sous forme de séminaires basés sur la discussion active et la forte implication des étudiants. Parce qu'il paraît essentiel, aujourd'hui, que les parcours soient davantage orientés vers la pratique, nous avons intégré dès le début du cursus des classes de projets intégrés, des classes hybrides enseignées conjointement par des académiciens et des professionnels ainsi que des préparations aux certifications professionnelles.

L'amélioration continue et l'innovation pédagogique sont au centre de nos préoccupations. Dans cette optique, nous avons procédé à certains changements au sein de nos parcours. Plusieurs axes ont été entrepris.

Le premier axe : la méthodologie et la communication

Un module de méthodologie sera dispensé à l'ensemble des étudiants, et ce, à partir de la première année. L'objectif est d'exercer ces derniers à la rédaction, et développer leur esprit critique à travers l'analyse et la synthèse.

L'apprentissage par argumentation développe les compétences du raisonnement scientifique des étudiants pour les conduire à tenir un raisonnement logique, à travailler en groupe et à valider – ou réfuter – une affirmation.

Dans le même sens, la communication sera une de nos priorités et fera l'objet d'une matière semestrielle à compter de la première année.

Le second axe : la professionnalisation

Ce n'est pas vainement que nous prôtons l'employabilité comme objectif ultime dans notre formation. Notre enseignement, contenu et forme, œuvrent pour que l'étudiant soit « opérationnel », c'est-à-dire qu'il puisse aussi bien répondre aux exigences croissantes du milieu professionnel et impacter de sa créativité son environnement et ce, dès l'obtention de son diplôme.

Il paraît essentiel, aujourd'hui, que les parcours soient davantage orientés vers la pratique et en accord avec les exigences du milieu professionnel. Pour ce faire, un projet intégré sera associé au cursus de l'étudiant dès la première année et regroupera l'ensemble des matières enseignées durant le semestre. En second lieu, des préparations aux certifications ainsi que des séminaires métiers, selon les spécialités seront assurées chaque semestre.

Le troisième axe : les modes d'évaluation

Les méthodes d'évaluation, compte tenu de tous ces paramètres, sont également vouées à évoluer. L'idée est que l'étudiant devienne acteur au sein de la classe par l'adoption de la pédagogie par argumentation en début de séance. Ce type de pédagogie pousse les étudiants à énoncer des concepts du cours (idéalement annonçant la thématique du jour) en fournissant la preuve de leur véracité par des auteurs clés de la discipline ; et ; invitent leurs camarades à discuter de cette preuve. La responsabilisation de l'étudiant, par le biais de la méthode de « la classe inversée » et du système prédominant du contrôle continu, rendent la présence de l'étudiant indispensable car il sera acteur au sein de la classe et mesurera l'importance de chaque séance. L'enseignement est dynamique et la synergie de groupe est la condition *sine qua non* pour la garantie de l'apprentissage.

Loin d'être la personne directive et qui assiste pas à pas, de manière rapprochée, l'étudiant, l'enseignant campe plutôt le rôle de « coach » qui stimule, accompagne, encourage et suit ses étudiants en faisant appel, au besoin, pourquoi pas, au tutorat entre eux. Le rôle de l'enseignant est de susciter une discussion constructive en poussant les uns et les autres à poser des questions, reformuler de manière argumentée... Lorsque ces derniers débattent de façon scientifique, ils apprennent à attendre leur tour, à écouter activement et à répondre de façon constructive

II. Présentation du programme :

Cette formation vise à former des cadres qualifiés pour travailler dans le métier du luxe, avec ses exigences, ses normes et ses standards, et ce quel que soit le secteur d'activité (distribution automobile de luxe, hôtellerie de luxe, cosmétique de luxe, haute couture de luxe, design, architecture, mode, bijouterie, pâtisserie, ...).

Ce master en fera des professionnels ayant les compétences et la culture nécessaires pour occuper des postes de responsabilités dans les métiers du luxe et/ou d'être des entrepreneurs dans le luxe. Parmi les postes potentiels que les diplômés peuvent pourvoir dans le métier du luxe.

III. Acquis d'apprentissage :

A la fin de la formation, les participants doivent être capables de :

Savoirs :

- Maîtriser les Notions en Management du luxe Maîtriser les Notions en gestion du luxe
- S'engager à réaliser les stratégies en marketing du luxe
- Prendre des décisions concernant la gestion des marques et des produits du luxe

Savoirs faire :

- Capacité à effectuer une recherche d'information à partir de sources diverses Capacité à utiliser les technologies de l'information et de la communication Aptitude à la prise de décision
- Aptitude à argumenter Prise de parole publique
- Capacité à mettre en œuvre un projet

Savoir être :

Aptitude au travail autonome : choix des priorités, gestion du temps, auto-évaluation Capacité à évoluer dans un milieu professionnel

Aptitude au travail en équipe, à la coopération et à la négociation.

Aptitudes au leadership

Aptitude à la conduite du changement.

IV. Conditions d'accès à la formation :

Licence en Gestion :

- Licence en Management
- Licence en Marketing

- Licence en Finance

Licence en Sciences Économiques

Licence en Sciences Humaines et Sociales

Licence en Informatique ou Business Intelligence Licence en Design et en Art

Étudiants titulaires du diplôme national d'études en architecture Licence en Hôtellerie et tourisme

Autres prérequis : Capacités d'analyse, de synthèse et de communication.

Savoirs :

Notions en Management Notions en marketing Notions en droit

Niveau satisfaisant en anglais

Niveau satisfaisant en langue française

Savoirs faire :

Capacité à effectuer une recherche d'information à partir de sources diverses Capacité à utiliser les technologies de l'information et de la communication Aptitude à la prise de décision

Aptitude à argumenter

Capacité à mettre en œuvre un projet

Savoir être :

Aptitude au travail autonome : choix des priorités, gestion du temps, auto-évaluation Capacité à évoluer dans un milieu professionnel

Aptitude au travail en équipe, à la coopération et à la négociation. Aptitudes au leadership

Aptitude à la conduite du changement.

Modalités de sélection :

La sélection des candidatures est effectuée en prenant en compte le score obtenu par les candidats. Ce score est calculé sur la base de la moyenne et des crédits des trois années d'études, de la réussite à la session principale ou celle de contrôle, de la nature de la mention, des notes relatives à certaines matières jugées fondamentales (durant les 3 années de licence). Une seconde sélection peut être réalisée sous forme de test et d'entretien oral.

V. Matières par semestre :

SEMESTRE 1 :

- Management de l'innovation dans le Luxe
- Design et Innovation
- Histoire, culture et sociologie du luxe
- Management International
- Web Mastering
- Management stratégique
- Tourisme de Luxe
- Les fondamentaux du Design
- English for luxury Industry I
- Leadership et psychosociologie des organisations

SEMESTRE 2 :

- Étude de marché : enjeux et acteurs du Luxe
- Méthodes quantitatives
- Distribution et merchandising des produits de Luxe
- Gestion des marques et produits de Luxe
- Marketing de crise et e-réputation
- RSE et éthique des affaires dans l'industrie du luxe
- Motivations de l'achat de luxe
- Création et Ergonomie de site web
- English for luxury Industry II
- Morphopsychologie et développement personnel

SEMESTRE 3 :

- Expérience client dans le luxe
- Design et Luxe
- Communication marketing de Luxe

- Entrepreneurship et création d'entreprise
- Project Management : Préparation à la certification
- Droit des marques et propriété intellectuelle
- Marketing de Luxe et Digital
- Design Digital
- Méthodologie d'élaboration d'un mémoire
- Prise de parole en public et éloquence

SEMESTRE 4 :

Mémoire de Stage de fin d'études

Marketing

SEO

