

SYLLABUS

TITRE DU COURS : Marketing et management de la mode niveau 1

Nombre minimum de stagiaires par session : 5

Nombre maximum de stagiaires par session : 15

- 1. PRE-REQUIS / MODALITES D'ACCES :** *cette partie décline les compétences techniques, sociales et/ou organisationnelles nécessaires à l'accession au cours.*

**Ce cours requiert un niveau BAC et une familiarité avec le pack office.
Les élèves doivent être capables de travailler en autonomie et en groupe.
Ils doivent être dans la capacité de prendre des notes rapidement.
Ce cours demande un gout prononcé pour l'aspect business et développement de la mode.**

- 2. DESCRIPTIF DU COURS :** *cette partie décline la définition du thème abordé, ses enjeux, le travail demandé, le matériel obligatoire, le temps de travail, etc.*

**Les méthodes de travail en entreprise
Les méthodes d'analyse externes et internes
Le plan marketing
Le web marketing**

- 3. OBJECTIFS DU COURS :** *cette partie décline le ou les savoir-faire spécifiques à acquérir, les compétences techniques, éventuellement organisationnelles, sociales, émotionnelles et informatiques.*

Acquérir la méthode professionnelle pour élaborer la stratégie marketing d'une marque de mode.

4. ORGANISATION DES SEANCES : *cette partie décline le déroulé des séances*

SEMAINES	CONTENU (thèmes abordés et activités)
Semaine 1	Acquérir une connaissance globale de la mode et du luxe
Semaine 2	Maîtriser les technologies textiles Comprendre le lien entre qualité de fabrication et coûts
Semaine 3	Comprendre l'écosystème de l'entreprise et maîtriser les nouvelles méthodes de travail en entreprise
Semaine 4	Introduction à la compta et à la notion de rentabilité
Semaine 5	Acquérir les bases juridiques du Droit des entreprises et de la propriété intellectuelle
Semaine 6	Comprendre et maîtriser les bases du marketing
Semaine 7	Comprendre et maîtriser les bases du e-marketing
Semaine 8	Comprendre le storytelling du marché textile
Semaine 9	Comprendre l'importance de l'analyse en marketing en acquérant les méthodes d'analyse des données externes
Semaine 10	Comprendre l'importance de l'analyse en marketing en acquérant les méthodes d'analyses des données internes

5. MODE D'EVALUATION DES APPRENTISSAGES : *cette partie décline les règles de l'évaluation (adaptable)*

	TRAVAIL INDIVIDUEL			TRAVAIL COLLECTIF		
CONSIGNES (Préciser la nature du travail demandé (QCM, écrit, devoir sur table, oral...))	Contrôles réguliers des connaissances théoriques. Dossier de fin de cursus : création de marque reprenant tous les points abordés					
DATES D'EXAMEN						
POURCENTAGE DE LA NOTE	Examen: 80 %	Assiduité & engagement: 20 %	Total : 100 %	Examen: 60 %	Assiduité & engagement: 40 %	Total : 100 %

6. RESSOURCES A CONSULTER (sites internet, articles etc.) :

Ressources transmises sur place