

FORMAMOD
MODE | SUR MESURE | LINGERIE | MARKETING



BACHELOR - MMM

MARKETING & MANAGEMENT DE LA MODE

NIVEAU BAC+3/4

Programme pédagogique

Objectifs et contexte de la formation

Modalités de formation

Résumé de la formation

Contenus des cours

Equipe pédagogique

Contacts

Entreprises partenaires

Objectifs et contexte de la formation

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

Le marketing regroupe un ensemble de méthodes d'analyse et des outils adaptés pour orienter une marque vers les marchés les plus prometteurs, guider l'élaboration des offres futures en termes de produits et services, et soutenir l'action commerciale.

Il s'agit pour la marque de créer et gérer chaque jour un contexte favorable pour maintenir une relation saine avec ses consommateurs. Le marketing est donc important, car il va permettre aux entreprises d'entretenir des relations durables et toujours présentes avec leur public. C'est autour de cet objectif final que s'articule la formation : analyser, construire et faire les choix qui vont permettre à la marque de s'inscrire dans le temps.

Modalités de formation

- DUREE

3 ans :

1ère année - 400h de cours + 400h de stage

2ème année - 400h de cours + 400h de stage

3ème année - 400h de cours + 400h de stage

- RENTREES

Septembre 2020

Janvier 2021

- PUBLIC

Privé, demandeurs d'emploi CP, CSP, CPF-TP, en entreprise, plan de Formation entreprise

- PRE REQUIS

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.

- MODALITES PEDAGOGIQUES

En présentiel et distanciel

- REFERENCES ADMINISTRATIVES

Niveau de qualification : 6 (Bac+3/4)

Code NSF : 242

Code ROME : M1705 - Marketing

- VOIES D'ACCES

Après un parcours de formation sous statut de stagiaire, en contrat de professionnalisation, par candidature individuelle, par expérience, en contrat d'apprentissage

- MOYENS

Projecteur, plasma, salle d'informatique, bibliothèque, tissuthèque.

Résumé de la formation

ACTIVITES VISEES	COMPETENCES VISEES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprendre l'écosystème actuel d'une entreprise de mode 2. Aborder une approche analytique 3. Définir une approche stratégique et opérationnelle 4. Comprendre les enjeux du web marketing 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Avoir de bonnes notions en terme d'organisation et de planification, savoir ce qu'est l'agilité, comprendre les enjeux de l'éthique aujourd'hui. 2. Savoir réaliser une analyse de marché, de la concurrence, des consommateurs, mais également savoir définir les forces et les faiblesses d'un projet ou d'une marque existante, pour savoir où allouer les ressources. 3. Comprendre comment développer un plan marketing et maîtriser les variables d'action de ce plan. 4. Comprendre les différents outils présents sur le web (e-commerce, réseaux sociaux, blogs, influenceurs...) afin de pouvoir choisir une stratégie de développement correspondant à son positionnement.



Contenus des cours de 1^{ère} Année (400h de cours + 400h de stage)

Objectif	Description
Bloc 1 – Découverte du secteur de la Mode, ses techniques, sa culture	
Mémoriser les courants artistiques de la Mode, de l'Art et du Design, de la Photographie	Histoire et culture(s) <ul style="list-style-type: none"> • Histoire de la Mode • Histoire de l'Art et du Design • Histoire de la Photographie et de la Photographie de Mode
Reconnaître les différentes techniques de fabrication textiles pour le développement de collections	Industrie technique de la Mode <ul style="list-style-type: none"> • Connaissance technique du textile, Innovation textile
Identifier les grandes théories économiques Analyser les nouveaux Business Models dans la Mode	Economie <ul style="list-style-type: none"> • Fondamentaux de l'économie • Economie et Industrie de la Mode
Appliquer les techniques créatives à la conception de collection	Style <ul style="list-style-type: none"> • Techniques créatives, Moodboard, Structure de collection
Bloc 2 – Le fonctionnement de l'entreprise	
Prendre la parole en public	Prise de parole en public
Appliquer les techniques de gestion du stress à soi-même	Gestion du stress
Construire les différents documents comptables d'une entreprise	Comptabilité Générale et Fiscalité <ul style="list-style-type: none"> • Compte de résultat et BFR • Bilan, Financements, Fiscalité : TVA, IS, URSSAF
Concevoir des documents sur Word, Powerpoint et Excel	Bureautique <ul style="list-style-type: none"> • Word, Powerpoint, Excel
Identifier les différentes formes juridiques en droit français	Juridique



Mémoriser les étapes du dépôt de marque, brevet et dessins	<ul style="list-style-type: none"> • Droit de la Propriété intellectuelle : dépôt de marque, dessins et brevets • Droit des sociétés : formes juridiques, statuts
Utiliser le vocabulaire de l'univers textile pour tenir une conversation en Anglais	Langues vivantes <ul style="list-style-type: none"> • Anglais
Utiliser le vocabulaire de l'univers textile pour tenir une conversation en Italien	Langues vivantes <ul style="list-style-type: none"> • Italien
Bloc 3 – Les fondamentaux du Marketing et de la gestion de projet	
Manipuler les logiciels de création graphique	CAO / graphisme <ul style="list-style-type: none"> • Photoshop, InDesign, Illustrator
Différencier toutes les composantes du Marketing appliqué aux marques de Mode	Introduction au Marketing <ul style="list-style-type: none"> • Analyse interne et externe • Cible, segmentation et positionnement • Le Plan Marketing • Le Mix Marketing (4P)
Appliquer les techniques de vente du secteur de la Mode	La vente <ul style="list-style-type: none"> • Accueil du client, Le client et ses besoins • La proposition commerciale • La prise de congés • Le fichier client
Illustrer la RSE par les actions des marques de Mode	Responsabilité sociétale des entreprises <ul style="list-style-type: none"> • Environnement, Social, Economie
Appliquer les techniques rédactionnelles dans sa communication écrite et orale	Techniques rédactionnelles <ul style="list-style-type: none"> • Argumentation, Synthèse
Appliquer les fondamentaux de la gestion de projet	Management <ul style="list-style-type: none"> • Gestion de projet, Agilité, Organisation et planification
	Ateliers, sorties culturelles et projets



Contenus des cours de 2^{ème} Année (400h de cours + 400h de stage)

Objectif	Description
Bloc 1 – Approfondir sa connaissance de la mode et de son univers international	
Maîtriser l'aspect géopolitique de la mode	Mode et géopolique <ul style="list-style-type: none"> • Rappel historique, Principaux flux • Relocalisation et conséquences
Assimiler les cultures des différents interlocuteurs du secteur textile afin de pouvoir travailler avec elles dans les meilleures conditions	Histoires, modes de fonctionnement et de communication selon les pays <ul style="list-style-type: none"> • Europe (Italie, Portugal, Espagne, pays de l'Est ...) • Chine, Inde et autres pays alentours, Japon, Maghreb, Amérique latine
Connaître les modes de production du secteur textile	Sourcing et achats <ul style="list-style-type: none"> • Contrats et incoterms, Choisir ses fournisseurs • Définir un budget
Savoir négocier	L'art de la négociation <ul style="list-style-type: none"> • Les principes, La méthode • Les différences en fonction des pays
Initiation au Chinois	Langues vivantes <ul style="list-style-type: none"> • Chinois
Bloc 2 – Approfondir les connaissances en management et gestion	
Maîtriser les grands principes du management	Ressources Humaines et gestion d'équipe <ul style="list-style-type: none"> • Ethique au travail, Recrutement, Gestion d'équipe • Management interculturel, Gestion de crise
Connaître les différents types de contrats et obligations légales de l'entreprise	Les contrats <ul style="list-style-type: none"> • Licence, Partenariat / collaboration, Autres

	Les obligations liées à la fiscalité <ul style="list-style-type: none"> • Entreprises, Douanes
Savoir construire un business plan et garantir la rentabilité de l'entreprise	Les éléments constitutifs du business plan <ul style="list-style-type: none"> • Charges directes et indirectes • PRI /PV/Marge, Chiffre d'affaires, Rentabilité
Connaitre les bases du contrôle de gestion et de l'analyse financière	La finance <ul style="list-style-type: none"> • Contrôle de gestion, Analyse financière
Identifier les éléments constitutifs d'une bonne logistique	Logistique <ul style="list-style-type: none"> • Gestion des flux entrants / sortants • Lean, Block chain, Gestion des approvisionnements
Bloc 3 – Le e-business –	
Se préparer pour le marketing en ligne	Principes du e-commerce <ul style="list-style-type: none"> • Fondamentaux du e-commerce et du E-marketing
Savoir développer un site e commerce efficace	Site e commerce <ul style="list-style-type: none"> • Elaboration du cahier des charges • Développement de contenu • Ergonomie : de la home page à la livraison, conversion
Appliquer des techniques marketing à son site web	E-marketing <ul style="list-style-type: none"> • Techniques marketing, Mise à jour, Blogs, Bannières, Bouche à oreille, Jeux et offres
Améliorer ses résultats avec le Web Analytics	Web Analytics <ul style="list-style-type: none"> • Suivi de l'activité, Identification des paramètres • Interprétation des statistiques • Compréhension des problèmes de conversion
Savoir créer et gérer un compte Facebook, Instagram et Twitter	<ul style="list-style-type: none"> • Bâtir un compte et le Faire vivre
	Ateliers, sorties culturelles et projets



Contenus des cours de 3^{ème} Année (400h de cours + 400h de stage)

Objectif	Description
Acquérir une connaissance globale de la mode et du luxe	Produits mode et Luxe <ul style="list-style-type: none"> ● Histoire de la mode et du Luxe ● Arts et mode ● Style et produits ● Structure de collection
Maîtriser les technologies textiles Comprendre le lien entre qualité de fabrication et coûts	Les bases de la fabrication textile <ul style="list-style-type: none"> ● Technologie textile chaîne et trame et maille ● Innovation ● Upcycling
Comprendre l'écosystème de l'entreprise et maîtriser les nouvelles méthodes de travail en entreprise	Les pratiques en entreprise <ul style="list-style-type: none"> ● Organisation et planification ● Agilité ● Éthique / RSE
Introduction à la compta et à la notion de rentabilité	Approche de la gestion d'entreprise <ul style="list-style-type: none"> ● Compta générale
Acquérir les bases juridiques du Droit des entreprises et de la propriété intellectuelle	Approche juridique des affaires <ul style="list-style-type: none"> ● Les formes d'entreprises, La propriété intellectuelle
Comprendre et maîtriser les bases du marketing	Introduction au marketing <ul style="list-style-type: none"> ● Évolution du marketing ● Définitions ● Concepts clés ● Démarches et limites

Comprendre et maîtriser les bases du e-marketing	Les bases du e marketing <ul style="list-style-type: none"> ● Les principes du e marketing ● L'inbound et l'outbound ● Les moteurs de recherche ● L'e-mailing
Comprendre le story telling du marché textile	Introduction au story telling de marque
Comprendre l'importance de l'analyse en marketing en acquérant les méthodes d'analyse des données externes	Analyse externe <ul style="list-style-type: none"> ● Macro environnement ● Marché, Comportement de l'acheteur, Concurrence ● Distribution
Comprendre l'importance de l'analyse en marketing en acquérant les méthodes d'analyses des données internes	Analyse interne <ul style="list-style-type: none"> ● Identification des éléments de performance ● Allocation des ressources aux domaines d'activités stratégiques ● Diagnostic SWOT
Maîtriser l'approche stratégique opérationnelle Savoir élaborer un plan marketing	Le plan marketing <ul style="list-style-type: none"> ● Démarche du plan marketing ● Buts et objectifs ● Segmentation, cible et positionnement ● Principaux choix stratégiques ● Adaptation de la stratégie marketing à la segmentation ● Adaptation de la stratégie marketing au positionnement
Maîtriser l'approche stratégique opérationnelle Savoir définir et faire évoluer les variables d'actions	Les variables d'action ou 4P <ul style="list-style-type: none"> ● Produit /Prix/Communication/Distribution



Introduction à la notion de rentabilité	Approche de la gestion d'entreprise <ul style="list-style-type: none"> ● Compta analytique et élaboration du budget d'achat / C.A prévisionnel
Acquérir les bases pour établir les documents juridiques	Droit des contrats et documents légaux <ul style="list-style-type: none"> ● Les différents types de contrats, Les bons de commande
Story telling et discours de marque	<ul style="list-style-type: none"> ● L'émotion du voyage, Les valeurs et codes de la marque ● Rédaction du Storytelling
Distribution et commercialisation / Vente	<ul style="list-style-type: none"> ● Les canaux de distribution ● E-commerce (allégé) ● Wholesale, eGaming / eSport, Retail , Digital in-store ● Introduction à la vente
Merchandising	<ul style="list-style-type: none"> ● Histoire, enjeux et définition ● Identité visuelle et codes de marques ● Les outils de la création ● In-store display et zoning ● Windows display
Avoir développer un site internet	Elaboration d'un site internet <ul style="list-style-type: none"> ● Produire un site efficace ● La home page ● La fiche produit ● Le tunnel d'achat ● Améliorer ses résultats avec le web analytics ● Appliquer les techniques marketing à votre site
Savoir piloter sa présence sur les réseaux sociaux	Définir sa présence sur les réseaux sociaux <ul style="list-style-type: none"> ● Facebook, Instagram, Twitter
Savoir présenter un projet	Prise de parole en public

Équipe pédagogique

David POLAK,
Directeur d'établissement

Catherine MICHEAU
Marketing et management de la mode

Marie RENAUD-PLASSE
Merchandising et distribution

Isis LANGERON
Droit – Propriété intellectuelle

Moïra CRISTESCU, Illustration - Stylisme
sur informatique

Stéphanie POLAK,
Responsable administrative

Sonia OUCHENIR,
Responsable des admissions

Wahiba MEDDOUR,
Assistante pédagogique

Divers intervenants et anciens élèves
apportent une expertise unique !

FORMAMOD

MODE | SUR MESURE | LINGERIE | MARKETING

Contacts

LIEU D'INSCRIPTION/FORMATION

15-27, rue Moussorgski
Immeuble Igor
Boîte n°5
75018 Paris



ACCUEIL

infos@formamod.com

01 43 67 16 17

POLE DIRECTION

d.polak@formamod.com

POLE ADMISSIONS

admissions@formamod.com

01 87 03 01 05

POLE PEDAGOGIE

pedagogie@formamod.com

POLE ADMINISTRATIF

secretariat@formamod.com

01 87 03 01 08

POLE COMMUNICATION

communication@formamod.com

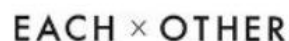
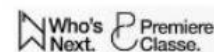
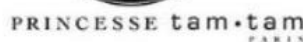
FORMAMOD

MODE | SUR MESURE | LINGERIE | MARKETING

Ils nous soutiennent et collaborent



Ils sont membres du jury, boostent et embauchent nos étudiants



...