

Master | Contrat d'apprentissage |
RNCP 35910

Master Management de l'Innovation - Parcours Mode et Industries du luxe (M_IMMIL_P1)

PRÉSENTATION

► Présentation de la formation

Aujourd'hui, les entreprises du secteur de la mode et des industries du luxe sont confrontées à une triple évolution d'internationalisation, de diversification et de démocratisation où les entreprises cherchent des managers et collaborateurs innovants pour répondre à ces défis. Les savoir-faire de la mode et du luxe évoluent vers des métiers techniques de l'innovation, l'ingénierie, de la création et de la conception. L'excellence est attendue dans tous les métiers aussi bien au niveau créatif que managérial. Les fonctions à l'innovation sont de plus en plus transversales aux métiers dans les entreprises du luxe et de la mode. Les entreprises misent sur l'innovation et la transformation numérique pour soutenir leur stratégie de développement à l'international et les évolutions des métiers. Les leviers de croissance sont portés par l'innovation et la transformation numérique : design créatif, stratégie social media, e-commerce, data driven marketing, stratégie de brand content, etc.

► Objectifs de la formation

À l'issue de la formation, les apprenants seront capables de :

- Identifier les outils méthodologiques pour la gestion de projets innovants, la conception et la création ;
- Découvrir les fondamentaux du management de la mode et du luxe ;
- Comprendre les évolutions de marchés et les tendances des environnements créatifs ;
- Accompagner les projets à fort potentiel de croissance dans le luxe ;
- Évaluer les comportements des consommateurs et des expériences clients ;
- Transformer la culture et le design en produit et collection de mode ou luxe ;
- Piloter les métiers opérationnels de la création et de l'excellence ;
- Créer une expérience au travers de la communication et des stratégies retail ;
- Exploiter les actifs et les potentiels de croissance des produits de luxe ;
- Appliquer les techniques de montage de projets d'innovation et la conduite du changement ;
- Développer une communication et un marketing opérationnel autour d'un projet innovation.

► Métiers visés

Le Master 2 IMMIL prépare à l'exercice des métiers liés au management de projets innovants dans les secteurs de la Mode et des Industries du Luxe : Accessoires de mode, maroquinerie ; Haute couture,

prêt-à-porter de luxe ; Cosmétique, parfums et beauté ; Arts de vivre et gastronomie ; Marché de l'art et du patrimoine ; Joaillerie et horlogerie ; Vin et spiritueux ; Automobile, nautique, aéronautique de luxe ; Décoration, équipements de la maison et lifestyle ; Tourisme et hôtellerie de luxe ; etc.

- Manager de l'innovation
- Responsable innovation et projets créatifs
- Responsable de collections et lignes de produit
- Responsable réseaux de distribution
- Responsable relation publique
- Directeur innovation et prospective stratégique
- Chargé de communication digitale et/ou institutionnelle
- CRM Manager
- Coordinateur retail
- Chef de projet digital
- Visual merchandiser
- Business Analyst Fashion

► Rythme d'alternance

Débuts septembre et janvier : 2 séminaires sur les principaux concepts fondamentaux sectoriels en iA&IL (2*5 jours).
S1+S2 (mi-septembre à mai) : 2 jours de cours hebdomadaires à l'université par semaine + mi-mai : quasi temps plein en entreprise.

► Dates de la formation et volume horaire

1 ère année : 04/09/2025 > 03/09/2027 (501 heures)
2 ème année : 04/09/2025 > 03/09/2026 (560 heures)
Durée : 2 ans
Nombre d'heures : 1061h

UNIVERSITE/ECOLE

► Adresse administrative Composante

Ecole de Management de la Sorbonne

12, place du Panthéon

75005 - PARIS



ADMISSION

► Conditions d'admission

Pré-requis :

Le master se veut ouvert à tous les parcours, notamment aux profils en économie et management de Paris 1 et d'autres d'Ile-de-France. Une attention particulière est attachée à la diversité des profils : sciences et Ingénierie, droit et sciences politiques, communication et design, en arts ainsi qu'en sciences humaines intéressés par le secteur de la mode et des Industries du luxe.

Prérequis obligatoires :

- Être âgé de moins de 30 ans à la date de signature du contrat d'alternance
- Être titulaire de 240 ECTS
- Passage du SCORE IAE-Message (SIM) en fonction des sessions proposées par les centres d'examen

► Modalités de candidature

- Étude du dossier de candidature
- Score IAE-Message (SIM)
- Entretien avec un jury

L'admission définitive en alternance est soumise à la validation de la mission par le responsable pédagogique et à l'obtention d'un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation à la date d'entrée en formation.

CONTACTS

► Vos référents FORMASUP PARIS IDF

Huguette NKONGI MBUNGU

contact@formasup-paris.com

Fatima TAK TAK

Pour les publics en situation de handicap : consultez nos pages dédiées Apprenants et Entreprises.



► Vos contacts « École/Université »

Contact

M2IMMIL-EMS@univ-paris1.fr

PROGRAMME

► Code RNCP 35910

► Direction et équipe pédagogique

SABRI Ouidade Marketing de l'innovation, branding de la création
SURIN Andy Marketing de l'innovation, branding de la création
MIKHAIL Emmanuel Arts de vivre et gastronomie
COLA Luisa Sousa Haute couture, prêt à porter de luxe
TONG - TONG Marie-Cecile Cosmétique, parfum et beauté
ZATJMANN David Histoire Sociologie et Culture de la Mode et du Luxe
MICHEL Géraldine Branding et imagine de la marque
LEROY Remy Merchandising et scénographie
ZEITOUN Valérie Créativité, design thinking et développement de produits
VEG SALA Nathalie Branding et imagine de la marque
ZIMMERMAN Jules Créativité, design thinking et développement de produits
SANGAN Annflor Stratégie de négociation, retail et politique commerciale
RUIZ Maria Finance et valorisation des marques
NOEL Florent RH leadership et gestion des compétences
SAINT ARROMAN Charlotte Financement de projets créatifs et fundraising
ACH Viviane Vin et spiritueux
LANDINA Marina Industrie durable et stratégie d'éco-conception
BORELLA Léonor Communication et planning stratégique
LE LÉANNEC TAHI Hélène Master Class Storytelling des marques de luxe et de mode
MYR Elodie Communication et planning stratégique
LEROY Remy Visite de Maison, Entreprise, Atelier
BLANC DI CICALIA François Décoration, équipements de la maison et lifestyle
SANGAN Annflor Joaillerie et horlogerie
GIARRATANO Henda Accessoires de mode, maroquinerie
BENVENISTE Edouard Marché de l'art et du patrimoine
etc

► Contenus des enseignements

Innovation et Management :
Droit de la société de l'information, marque et propriété
Management de l'Innovation
Management de projets créatifs
Marketing de l'innovation, Branding de la création
Stratégie d'entreprise et business model d'activité
Economie et critique de la création et de la culture
Economie du luxe et de la mode
Community management, réputation et réseaux sociaux

Créativité, design thinking et développement de produits
 Financements de projets créatifs et fundraising
 Industrie durable et stratégie d'éco-conception
 RH leadership et gestion de compétences

Management de la Mode et des Industries du Luxe
 Direction de marque et management de collection
 E commerce et CRM
 Histoire, sociologie et culture de la mode et du luxe
 Psychologie du consommateur, tendances et expériences
 Stratégie de négociation, retail et politique commerciale
 Branding et imagine de la marque
 Communication et planning stratégique
 Finance et valorisation des marques
 International issues in luxury management
 Merchandising et scénographie

| | Volume horaire session -1 année 1 | Volume horaire session -1 année 2 |
|---|-----------------------------------|-----------------------------------|
| | ▼ | ▼ |
| Programme détaillé de la formation | | |
| Elaborer un vision stratégique innovante | 102h | |
| Économie de la création | 36h | |
| Développer une culture managériale et organisationnelle | 36h | |
| Anglais de gestion | 36h | |
| Professionalisation | 6h | |
| Grands enjeux du management (cycle de conférences) | 24h | |

| | |
|---|------|
| Communiquer dans un contexte professionnel | 84h |
| Piloter des solution de gestion en management de l'innovation | 84h |
| Design et Innovation | 36h |
| Développer une culture managériale et organisationnelle | 36h |
| Outils, IA et management | 12h |
| Innovation et Management | 210h |
| Management de la Mode et des Industries du Luxe | 180h |
| Thématiques Sectorielles, Produits et Services | 80h |
| International Seminars | 24h |
| Professionalisation | 6h |
| Séminaire méthodologie de la recherche | 9h |
| Master Class et conférences de professionnels | 6h |
| Atelier Fashion week ; Visites de Maisons, entreprise, usines et ateliers | 6h |

► Modalités pédagogiques

Cours et séminaires académiques ; cas pratiques ; conférences de professionnels ; jeux d'entreprise ; hackathon et challenges ; learning exploration ; voyage d'étude à l'étranger ; association Sorbonne Innovation & Technologies.

► Contrôle des connaissances

Contrôle continu et examens.

Soutenance de mémoire.

► Diplôme délivré

Diplôme de Master. Domaine Droit, économie, gestion ; Mention Gestion des ressources humaines ; Parcours Gestion Stratégique des Ressources Humaines.

Diplôme national de niveau 7 du Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, délivré par l'Université Paris 1 Panthéon Sorbonne.

COMPÉTENCES

- Pilotage de projets innovants, de la conception à la réalisation
- Définition des besoins de financement des projets
- Compréhension des enjeux et techniques de la protection industrielle
- Développement d'une stratégie marketing adaptée aux spécificités de l'innovation
- Pilotage du passage de la recherche au marché
- Participation à la définition des axes stratégiques des jeunes entreprises
- Conseil auprès des entreprises dans la mise en place de dispositifs organisationnels propices à l'innovation

► Mobiliser et produire des savoirs hautement spécialisés

- Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou à l'interface de plusieurs domaines.
- 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.
- Apporter des contributions novatrices dans le cadre d'échanges de haut niveau, et dans des contextes internationaux.

► Élaborer une vision stratégique innovante

- Piloter ou co-piloter la construction d'une vision stratégique de l'innovation, fixer des objectifs et donner du sens de façon à contribuer à la réalisation des objectifs stratégiques de l'entreprise.
- Faire de la veille sur les évolutions de son environnement ou de l'éco-système et anticiper les transformations et innovations possibles en matière de produits, de process, d'organisation, de gouvernance, etc.
- Fédérer et animer les acteurs internes et externes (gouvernance) dans un souci d'éthique afin de favoriser l'innovation par la collaboration et le développement des réseaux.

► Concevoir et/ou piloter des solutions de gestion en management de l'innovation

- Développer des politiques et pratiques propices à l'innovation et à sa diffusion.
- Appliquer et mettre en oeuvre des politiques et pratiques de management et de protection de l'innovation.

► Mettre en oeuvre des règles, des normes et des démarches qualité des projets innovants

- Appliquer et respecter des règles et des normes liées à l'innovation.
- Développer des process, des démarches qualité, innovation, etc.

► Mesurer et contrôler via des outils et méthodes de gestion les projets innovants

- Contrôler et mesurer la pertinence et la performance des outils de gestion et de pilotage de projet.
- Auditer, évaluer et analyser les risques associés aux processus d'innovation antérieurs, améliorer les processus.

► Développer une culture managériale et organisationnelle

- Conseiller et négocier avec ses équipes et ses partenaires d'affaires.
- Conseiller et négocier avec ses équipes et ses partenaires d'affaires.