

Compétences professionnelles visées

Acquérir et développer une culture générale du management et des expertises sectorielles du luxe (Mode & Accessoires, Parfums cosmétiques, Bijoux & Montres, Vins & Spiritueux, Hôtellerie). En comprendre les logiques économiques et stratégiques des différents secteurs et leurs spécificités marketing.

Connaître les principaux métiers du luxe et les caractéristiques de leur environnement, g. Maîtriser les outils de management spécifiques aux industries du luxe ainsi que les techniques d'analyse stratégique des marchés permettant d'assumer des responsabilités de haut niveau dans des sociétés à vocation internationale. Maîtrise de l'anglais commerciale et initiation au chinois.

Connaître le public spécifique des produits de Luxe, leurs attentes et les façons d'y répondre favorablement en maîtrisant les codes en terme d'accueil et de service

Conditions de recrutement

Formation initiale : Tout étudiant titulaire d'un Bac +2 tertiaire : DUT (TC, GEA, GACO), BTS (MUC), L2 (Sciences Eco, Communication, Langues étrangères, Gestion, Psychologie, Sociologie)

Formation continue : Toute personne actuellement salariée du secteur du luxe et souhaitant intégrer des fonctions commerciales et marketing, soit pour évoluer au sein de leur entreprise, soit pour «changer de carrière»

Organisation des études

Formation modulaire : cours – TP/TD
Conduite d'un projet en partenariat avec les tuteurs pédagogiques
Contrôle continu

Durée de la formation

Formation continue (1 an) :
595 heures dont 100 heures de projet tutoré
12 à 16 semaines de stage en entreprise

Débouchés professionnels

- Responsable de point de vente
- Chargé de clientèle Luxe
- Manager de secteur
- Responsable d'études
- Assistant marketing
- Responsable des relations clientèle

PROGRAMME

UE1 Langages fondamentaux	Maîtriser les langages fondamentaux nécessaires à la compréhension et à l'analyse des différents aspects des activités managériales
UE2 Connaissance du secteur	. LUXE, CONCEPTS ET TENDANCES <i>Etre capable d'évaluer les besoins actuels du marché, ses tendances, ses évolutions et ses perspectives, afin de permettre l'adéquation besoins/objectifs en terme de service et commercialisation des produits de luxe.</i> . ECONOMIE DU LUXE <i>Comprendre les modèles économiques du marché du Luxe, en France et à l'International.</i> . LUXE ET DESIGN <i>Analyser les tendances de design dans les industries du luxe. Le design recouvre les produits, les et l'aménagement des points de vente.</i> . LUXE ET MARCHÉS ÉMERGENTS <i>Comprendre le rôle des marchés émergents dans le marché mondial du Luxe.</i>
UE3 Connaissance du métier	. MARKETING FONDAMENTAL <i>Comprendre la dimension action de la démarche marketing, maîtriser les données du plan marketing et du marketing mix, comprendre les spécificités du marketing du Luxe en fonction des codes de ce marché.</i> . LUXE ET COMMUNICATION (Publication Assistée par Ordinateur) <i>Etre en mesure de décrypter et réaliser une action de communication publicitaire pour un produit et/ou service de Luxe.</i> <i>Maîtriser les codes et les procédés de la communication visuelle et l'usage des principaux outils informatisés</i> . BRAND MANGEMENT <i>Histoire et culture des marques dans la gestion des produits de luxe.</i> . Gestion de la qualité de service <i>caractéristique de la qualité de service dans le secteur du luxe.</i> . GESTION DE L'ÉVÈNEMENTIEL <i>Organiser des événements autour du luxe.</i> . DISTRIBUTION (Vente et distribution) et commercialisation à l'international <i>Comprendre le fonctionnement de l'import / export des produits de luxe, et la réglementation.</i>
UE4 Projet professionnel	. ANALYSE ET RECHERCHES COMMERCIALES <i>Concevoir, réaliser et analyser les résultats des enquêtes commerciales.</i> . GESTION DE PROJET <i>Maîtriser les méthodologies de gestion de projets dans le secteur du luxe.</i> . ANALYSE DES TENDANCES ET GESTION DE SITUATION <i>Adapter la stratégie de l'entreprise, du point de vente ou du produit</i>
UE5 Stage ou activité en entreprise Mémoire d'entreprise	Selon les besoins de l'entreprise dans laquelle évolue l'apprenti, être capable -d'identifier un problème dans l'entreprise, -de le classer dans un thème pour l'étudier de manière approfondie par le biais d'une recherche documentaire, -de proposer une ou plusieurs solutions pour remédier au problème

IUT DE SAINT-DENIS
Site Halle Montjoie
3-7 rue de la croix Faron
93210 Saint-Denis La Plaine
Tel : 01 55 93 75 15

Département TC

Licence Professionnelle

**Management des
Activités Commerciales
(LP MAC-CPL)**

Formation diplômante niveau Bac + 3

Contact :

Secrétariat pédagogique
Tel : 01 55 93 75 15
tcsec2.iutsd@univ-paris13.fr

RER D : station "Stade de France Saint-Denis"
puis rue des Cheminots, rue du Landy, avenue du Président Wilson et rue des blés
RER B : station "La Plaine - Stade de France"
stade de France dans le dos, avenue stade de France, traverser la rue du Landy,
continuer sur l'avenue Arts et Métiers, traverser le jardin et rue de la Croix Faron.
Métro ligne 12 : station "Front Populaire"
Métro ligne 13 : station "Porte de Paris" puis autobus 153
Autobus ligne 153 : arrêt "La Montjoie" ou "La Plaine Stade de France"
Autobus ligne 302 : arrêt "Maraîchers"



Conception : Didier Sallot, service communication IUT de Saint-Denis - novembre 2016



COMMERCIALISATION DES PRODUITS DE LUXE