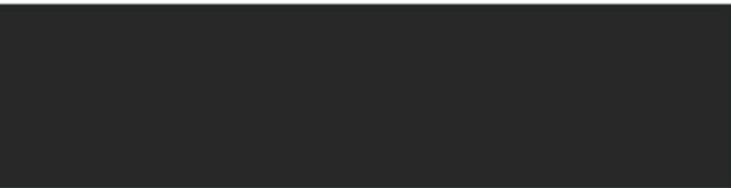


ibsm

Mode & Marketing

SOMMAIRE



L'ÉCOLE



BACHELOR
MARKETING
DE MODE



MASTÈRE
MARKETING ET
MANAGEMENT
MODE & LUXE



BACHELOR
STYLISTE
DESIGNER DE MODE



INDICATEURS
DE RÉSULTATS



PRISE EN CHARGE
HANDICAP

L' ÉCOLE

LE CAMPUS

IBSM Mode & Marketing est la 1ère école de mode de Nouvelle-Aquitaine, depuis 1988.

Fort de ses 35 ans d'expérience, l'IBSM Mode & Marketing prépare ses étudiants aux métiers de la mode et du luxe grâce à ses compétences techniques et pédagogiques, de la création à la stratégie commerciale.

NOTRE PÉDAGOGIE

La France occupe une large part mondiale du marché de la mode et du luxe. L'apparition de nouvelles technologies et les nouveaux modes de consommation entraînent une modification permanente du secteur et un besoin croissant en professionnels hautement qualifiés.

Les entreprises cherchent à recruter des personnes capables d'interpréter ces changements, afin de concevoir et promouvoir des collections innovantes qui répondent aux attentes des futurs consommateurs pour développer à terme leur compétitivité, leur créativité et accroître leur implantation.

Le projet pédagogique d'IBSM Mode & Marketing prend appui sur la complémentarité entre démarche créative, maîtrise des outils techniques de la mode et formation d'une solide culture générale et marketing pour s'inscrire dans cette perspective d'évolution.

Notre objectif est de former des professionnels rigoureux qui sauront identifier les tendances, tout en sachant répondre aux exigences d'une production industrielle pour développer des collections conformes aux attentes des entreprises qui les engagent.

La créativité, l'ouverture d'esprit, l'innovation et la technicité sont autant de qualités qui leur permettront l'insertion de nos étudiants sur le marché de la mode toujours en évolution.



NOS

FORMATIONS

TITULAIRE
D'UN BAC +4

ANNÉE

5

MASTÈRE MARKETING ET MANAGEMENT MODE & LUXE
(2ÈME ANNÉE)

TITULAIRE
D'UN BAC +3

ANNÉE

4

MASTÈRE MARKETING ET MANAGEMENT MODE & LUXE
(1ÈRE ANNÉE)

TITULAIRE
D'UN BAC +2

ANNÉE

3

BACHELOR STYLISTE DESIGNER DE MODE
(3ÈME ANNÉE)

BACHELOR MARKETING DE MODE
(3ÈME ANNÉE)

TITULAIRE
D'UN BAC +1

ANNÉE

2

BACHELOR STYLISTE DESIGNER DE MODE
(2ÈME ANNÉE)

BACHELOR MARKETING DE MODE
(2ÈME ANNÉE)

TITULAIRE
D'UN BAC

ANNÉE

1

BACHELOR STYLISTE DESIGNER DE MODE
(1ÈRE ANNÉE)

BACHELOR MARKETING DE MODE
(1ÈRE ANNÉE)

BACHELOR

STYLISTE DESIGNER DE MODE

BAC +3 - ACCESSIBLE NIVEAU BAC

TITRE RNCP 39212 DÉLIVRÉ PAR IBSM MODE & MARKETING

PAR DÉCISION DU DIRECTEUR GÉNÉRAL DE FRANCE COMPÉTENCES EN DATE
DU 27/06/2024, NIVEAU 6

Objectifs de la formation

Le/La Styliste designer de mode est un(e) professionnel(e) du secteur mode dont la fonction est de concevoir et développer des collections de vêtements en tenant compte des tendances du marché mais aussi des caractéristiques et de l'image de l'entreprise de mode pour laquelle il/elle travaille. Il/elle participe également aux étapes du processus de conception technique et de fabrication des modèles qu'il/elle supervise et participe à la valorisation des produits en point de vente et à la communication de la collection.

Objectifs d'aptitudes et acquisition des compétences

Définition des orientations stratégiques et créatives de la collection de mode

- C1.1 : Analyser les tendances de la mode en réalisant une veille formalisée des évolutions stylistiques, socioculturelles et de consommation, afin d'élaborer un projet de collection correspondant aux transformations du marché.
- C1.2 : Analyser le positionnement et l'image de la marque sur le marché, en identifiant sa gamme de prix, son segment de produits, sa concurrence, sa cible et ses codes identitaires dans un dossier, afin de définir les orientations stratégiques de la collection.
- C1.3 : Identifier les innovations techniques et technologiques de la mode au niveau des matières et des procédés de fabrication, en examinant leurs propriétés, leur possibilité d'assimilation et leur caractère éthique et écoresponsable, afin de les incorporer dans la conception et la production de la collection.
- C1.4 : Dégager des orientations stratégiques et créatives en exploitant les données issues de la veille, du dossier de marque et de l'identification des innovations techniques et technologiques, afin de rédiger le cahier des charges de la collection.
- C1.5 : Formaliser le cahier des charges de la collection de mode en ordonnant et contextualisant les orientations créatives et stratégiques, pour dégager les contraintes et les opportunités pour la marque et organiser le processus de développement de la collection

Développement et conception du plan de collection

- C2.1 : Définir la thématique créative de la collection pour élaborer les nouveaux modèles, en sélectionnant ses propres sources d'inspiration sous forme de planche d'ambiance réalisée sur logiciel d'infographie.
- C2.2 : Sélectionner les matières premières, les fournitures, les accessoires, les motifs d'impression, les ornements et les gammes de couleurs chez les fournisseurs et en interne, pour les affecter aux modèles de la collection en tenant compte du thème créatif, du budget de collection, de l'image et du positionnement de la marque, des contraintes techniques de fabrication, mais aussi de leurs caractéristiques innovantes et durables.
- C2.3 : Concevoir des modèles originaux pour les intégrer au plan de collection, en tenant compte des proportions, des innovations et contraintes techniques, grâce aux outils créatifs traditionnels et contemporains : dessins à la main, collages, pièces d'études en volume, expérimentations textiles, dessin sur logiciel d'infographie.
- C2.4 : Concevoir le plan de collection en déclinant et en ordonnant les dessins à plat des modèles réalisés sur logiciel d'infographie, en spécifiant leur référence, leur matière, leurs couleurs et détails de finition, afin d'inventorier et présenter de façon organisée l'ensemble des pièces de la collection à la direction.

Supervision de la confection des modèles de la collection

- C3.1 : Organiser le processus de fabrication des modèles en réalisant un rétro-planning des étapes de confection, du développement des prototypes jusqu'au lancement de la production en série, afin de mettre au point techniquement les modèles de la collection dans les délais indiqués.
- C3.2 : Concevoir les fiches techniques pour valider la faisabilité et la conformité des modèles aux attendus stylistiques et techniques, grâce aux outils numériques, en incluant les dessins à plat, les références, les matières, les couleurs, les détails de finitions, les ornements, les grilles de mesure, les gammes de montage.
- C3.3 : Superviser la conception des patronnages des modèles grâce aux techniques traditionnelles et contemporaines (coupe à plat, moulage, modélisme assisté par ordinateur), le montage des toiles préparatoires puis le montage des prototypes en veillant au respect des indications des fiches techniques et des attendus stylistiques, afin de mettre en volume les dessins des modèles.
- C3.4 : Contrôler la conformité des prototypes en analysant les coupes et les techniques d'assemblage dans le respect des indications des fiches techniques, lors d'essayages sur modèle vivant, pour identifier les éventuels défauts et les corriger avant la validation par la direction et le lancement de la production en série.
- C3.5 : Contrôler la production en série, en collaboration avec l'équipe production, en identifiant les sous-traitants en fonction de leur savoir-faire technique et en veillant au respect des valeurs éthiques et d'inclusion notamment en termes de prise en charge du handicap auprès des sous-traitants et au respect des valeurs écoresponsables dans leurs modes de fabrication, afin de concevoir une production en série responsable et conforme aux besoins techniques de la marque.
- C3.6 : Valider les modèles aux différentes étapes techniques de la production en série, selon les commentaires d'essayages et les éventuelles corrections (tests matières et couleurs, tests de lavages, contrôle des mesures selon les tailles), en collaboration avec l'équipe production, afin de valider la conformité des modèles dans le respect des attentes de la direction et des délais impartis.

Définition de la promotion de la collection

- C4.1 : Communiquer les informations relatives à la collection avec les parties prenantes impliquées dans celle-ci, en utilisant les outils numériques de référence dans le respect des règles de sécurité informatique (Règlement Général sur la Protection des Données RGPD) et en tenant compte de leur éventuelle situation de handicap, pour assurer la fluidité des échanges et le travail collaboratif entre les équipes internes et externes.
- C4.2 : Promouvoir la collection auprès des équipes commerciales, marketing, communication et la direction, en justifiant les orientations stylistiques et stratégiques grâce à un catalogue des produits réalisé sur logiciel d'infographie, afin de leur apporter les arguments nécessaires à l'élaboration d'une stratégie de distribution commerciale.
- C4.3 : Créer des supports de valorisation physiques de la collection sous forme de maquettes, réalisées sur logiciel d'infographie (éléments de scénographie, Publicité sur le Lieu de Vente PLV, solutions créatives d'emballage, étiquettes, ordre de présentation des panoplies) en collaboration avec l'équipe marketing et communication, en respectant les orientations stylistiques et stratégiques ainsi que l'image et le positionnement de la marque, pour présenter les modèles de la collection dans les points de vente ou lors d'évènements.
- C4.4 : Créer des supports de communication publicitaire digitaux sur logiciel d'infographie (catalogue des panoplies portées, publicités, contenu multimédia), en collaborant avec l'équipe communication aux choix créatifs en termes de graphisme en respectant les orientations stylistiques et stratégiques ainsi que l'image et le positionnement de la marque, afin de générer de la visibilité pour la collection sur le marché.

Modalités

Les 3 années sont en initial

Durée

1ère année : 608 heures à l'école + 140 heures en entreprise (stage)

2ème année : 479 heures à l'école + 140 heures en entreprise (stage)

3ème année : 443 heures à l'école (pas de stage année diplômante)

Total = 1530 heures à l'école et 280 heures en entreprise soit 1810 heures.

Tarif

24000 euros nets de TVA (8000 euros par an).

Contact

Alexandre Bachellerie, responsable pédagogique

alexandre.bachellerie@ibsm-mode.com

05 56 79 28 79

Méthodes mobilisées

Modalités pédagogiques qui alternent :

- Cours magistraux, apport théorique et méthodologique
- Exposés des étudiants
- Travaux dirigés, étude de cas
- Travaux pratiques
- Atelier pratique : mise en situation professionnelle dans le cadre de collaborations avec des entreprises du secteur
- Conférences de professionnels du secteur en présentiel ou visioconférence
- Visites d'entreprises du secteur
- Voyage pédagogique et linguistique à Paris et en Europe

L'essentiel de la formation se déroule en présentiel dans les locaux du 10 et 11 place des Quinconces à Bordeaux.

Certains cours peuvent faire l'objet d'un enseignement à distance en visioconférence via la plateforme TEAMS de Microsoft.

Pédagogie active et participative.

Transversalité entre les différents modules.

Adaptabilité aux tendances et évolutions du marché.

Les contenus des programmes s'adaptent également en fonction des besoins identifiés pendant la formation.

Accompagnement à la recherche de stages et dans l'insertion professionnelle.

Effectifs limités à 30 étudiants maximum par promotion pour un meilleur suivi.

Modalités d'évaluation

Evaluation des acquis pendant la formation :

Les professeurs s'assurent de l'assimilation des connaissances à travers des examens, exercices, études de cas et mises en situation professionnelles en individuel et en groupe, à l'écrit et à l'oral, en contrôle continu tout au long de la formation.

Plusieurs coefficients de notation sont établis en fonction de la progression pédagogique.

Des bulletins de notes semestriels sont établis en fonction des résultats et des conseils de classe en présence des professeurs sont organisés chaque semestre.

Evaluation des acquis en fin de formation, validation de la certification :

A l'issue des 3 ans de formation, les compétences du candidat sont évaluées par un jury de professionnels du secteur dans le cadre d'un oral de 30 min

Le candidat présente une collection de prêt-à-porter qui doit comporter les éléments suivants :

- Rapport de tendance et étude de l'image de marque
- Cahier de recherches créatives, planche d'ambiance, plan de collection et prototypes
- Outils de valorisation et de promotion des modèles

Accessibilité

Référent handicap de l'établissement :

Gaëlle Boussarie

gaelle.boussarie@ibsm-mode.com

05 56 79 28 79

Les locaux sont accessibles aux personnes en situation de handicap : normes PMR, rampe d'accès, sanitaires adaptés.

Cette formation est accessible à la plupart des situations de handicap, si vous êtes concernés merci de contacter notre référent.

Taux d'obtention de la certification

Promotion 2023 : 96% - Promotion 2022 : 94% - Promotion 2021 : 100% - Promotion 2020 : 100%

Validation des blocs de compétences

4 blocs de compétences :

Bloc 1 : Définition des orientations stratégiques et créatives de la collection de mode

Bloc 2 : Développement et conception du plan de collection

Bloc 3 : Supervision de la confection des modèles de la collection

Bloc 4 : Définition de la promotion de la collection

Si les acquis correspondent aux compétences, aptitudes et connaissances exigées pour obtenir la certification visée, le jury prend une décision de validation totale et attribue la certification.

Si les acquis ne correspondent pas entièrement aux compétences, aptitudes et connaissances exigées pour la certification visée, le jury prend une décision de validation partielle.

Le candidat recevra une notification indiquant les éléments qui devront faire l'objet d'une évaluation complémentaire.

La certification est obtenue par validation de tous les blocs identifiés dans le référentiel.

Si les acquis ne correspondent pas au niveau de compétence, aptitude ou connaissance exigées, le jury refuse l'attribution du diplôme.

La certification n'intègre pas de bloc optionnel ni d'évaluations complémentaires.

Equivalences et passerelles

Aucune équivalence ou passerelle possible, l'étudiant doit valider l'ensemble des blocs de compétence pour obtenir la certification.

Suite de parcours

En fonction de leur projet professionnel, les étudiants peuvent poursuivre leur cursus à IBSM :

- Le Mastère Marketing et Management Mode et Luxe (titre RNCP niveau 7 bac +5) permet de consolider en 2 ans les connaissances des étudiants en stratégie commerciale et de développer des compétences managériales dans les domaines du textile, de la beauté, de la maroquinerie et de la joaillerie, pour accéder à des postes à responsabilité.

Débouchés professionnels

Le/La styliste designer de mode exerce son métier dans le secteur d'activité de l'habillement, pour la création de vêtements « prêt-à-porter » ou la création de vêtements « sur-mesure » femme, homme ou enfant.

Il/Elle travaille au sein d'entreprises de tailles diverses : TPE et PME de création de mode, maisons de couture, bureaux de tendances mais aussi grandes entreprises industrielles. Il/elle peut aussi être styliste créateur/rice de sa propre société.

Le/la styliste designer de mode peut travailler dans différents niveaux de gamme, de la grande distribution en passant par le milieu de gamme et jusqu'au luxe et à la Haute Couture.

Dans les maisons de couture, les grandes entreprises et les PME, le/la titulaire exercera en début de carrière en tant qu'assistant styliste designer de mode, puis gagnera plus de responsabilités et évoluera en tant que styliste designer de mode junior et au bout de plusieurs années pourra prétendre au poste de styliste designer de mode senior.

Dans les TPE ou dans le cadre d'une création de société, le/la styliste designer de mode sera polyvalent(e) et mettra en œuvre ses compétences à la fois créatives et techniques en prenant en charge la partie modélisme seul(e). L'intitulé de son poste pourra alors être styliste-modéliste ou styliste créateur/rice.

Trajectoires professionnelles de nos étudiants

Promotion 2022 : Joseph Manh Toan Nguyen, styliste assistante directeur artistique Maison Ernest

Promotion 2021 : Jessie Robert, styliste Hermès

Promotion 2020 : Emma Uzan, styliste créatrice Bacia La

Prérequis, modalités et délais d'accès :

Inscriptions de novembre 2024 à juillet 2025

Conditions d'accès :

- Être titulaire d'une certification de niveau 4 ou d'un diplôme équivalent.
Présentation obligatoire par le/la candidat(e) du relevé de notes et du parchemin de délivrance de la certification/diplôme à l'organisme certificateur.
- Présenter une lettre de motivation, un CV à jour, deux derniers bulletins scolaires et un portfolio des travaux créatifs réalisés avant l'entrée en formation
- Entretien de motivation avec la directrice et le responsable pédagogique

Délai de traitement de votre demande : **48h**

Prise de rdv pour l'entretien de motivation **sous une semaine**

Délai de réponse après la procédure d'admission : **2 semaines**

Début de l'action de formation : **septembre 2025**

Fin de l'action de formation : **juillet 2028**

Les conditions de présentation sont vérifiées et validées par Alexandre Bachellerie, responsable pédagogique, alexandre.bachellerie@ibsm-mode.com, ou un représentant désigné au sein du partenaire habilité au passage des épreuves certificatives.

BACHELOR

MARKETING

OPTION MODE

BAC +3 - ACCESSIBLE NIVEAU BAC

TITRE RNCP 37849 DÉLIVRÉ PAR IMCP

PAR DÉCISION DU DIRECTEUR GÉNÉRAL DE FRANCE COMPÉTENCES EN DATE DU
19/07/2023, NIVEAU 6

Objectifs de la formation

Selon la taille de l'entreprise et son organisation interne, le responsable du développement commercial endosse des responsabilités plus ou moins élargies dans l'élaboration et la mise en œuvre de la stratégie commerciale, et doit assurer tout ou partie des activités inhérentes. La complexité de son activité dépend également en grande partie du secteur d'activités, du niveau concurrentiel de son marché et de son implantation (régionale, nationale, internationale).

Selon Les Métiers en 2030 – rapport coréalisé par France stratégie et la Dares, les cadres commerciaux font partie d'une typologie de métiers qui pourraient manquer de main-d'œuvre, aggravant les tensions actuelles sur le recrutement. Dans cette catégorie, qui inclut les métiers expérimentés ou de seconde partie de carrière, le recrutement se fait plutôt parmi des personnels expérimentés (peu de débutants) et les départs en fin de carrière sont importants. Afin de réduire les tensions sur le recrutement, il serait nécessaire de diversifier les canaux de recrutement, en attirant des professionnels en provenance d'autres métiers (mobilités), des professionnels déjà en poste, ou des jeunes débutants. Cette démarche devra être accompagnée de l'adaptation des dispositifs d'accompagnement, proposer des formations spécifiques et former des chômeurs à des métiers qui recrutent, y compris des cadres commerciaux.

Objectifs d'aptitudes et acquisition de compétences

- Analyse de l'environnement interne de l'entreprise
- Étude de marché (macro-environnement et micro-environnement)
- Identification des objectifs commerciaux, selon la méthode SMART
- Définition des actions commerciales, en fonction des produits et services à commercialiser et de la clientèle cible
- Implémentation du plan d'actions commerciales
- Mesure de la performance commerciale de l'entreprise
- Correction et adaptation du plan d'actions commerciales
- Définition des méthodes de la stratégie commerciale
- Identification de la typologie des clients et leurs besoins
- Établissement des tarifs des produits et services
- Détermination des produits et services proposés aux clients
- Élaboration de la proposition commerciale
- Établissement d'un plan de prospection commerciale
- Constitution d'un argumentaire de négociation d'une offre commerciale
- Gestion du portefeuille clients
- Développement d'une stratégie de fidélisation
- Création d'une stratégie de relation client
- Établissement d'un partenariat commercial
- Identification des compétences des membres de l'équipe commerciale avec le service RH
- Constitution de l'équipe commerciale
- Gestion des activités commerciales à l'aide d'outils numériques
- Animation de l'équipe commerciale
- Développement des compétences des membres de l'équipe commerciale
- Désignation des moyens de promotion du produit ou service
- Évaluation des performances de l'équipe commerciale
- Amélioration de la performance commerciale

Modalités

1ère et 2ème années en initial

3ème année en initial ou en alternance (contrat de professionnalisation ou contrat d'apprentissage)

Durée

1ère année : 614 heures à l'école + 140 heures en entreprise (stage)

2ème année : 534 heures à l'école + 280 heures en entreprise (stage)

3ème année en initial : 455 heures à l'école + 420 heures en entreprise (stage)

3ème année en alternance : 455 heures à l'école + 1337 heures en entreprise

Tarif

24000 euros nets de TVA (8000 euros par an).

Prise en charge des frais de formation de 3ème année si alternance.

Contact

Alexandre Bachellerie, responsable pédagogique

alexandre.bachellerie@ibsm-mode.com

05 56 79 28 79

Méthodes mobilisées

Modalités pédagogiques qui alternent :

- Cours magistraux, apport théorique et méthodologique
- Exposés des étudiants
- Travaux dirigés, étude de cas
- Travaux pratiques
- Atelier pratique : mise en situation professionnelle dans le cadre de collaborations avec des entreprises du secteur
- Conférences de professionnels du secteur en présentiel ou visioconférence
- Visites d'entreprises du secteur
- Voyage pédagogique et linguistique à Paris et en Europe

L'essentiel de la formation se déroule en présentiel dans les locaux du 10 et 11 place des Quinconces à Bordeaux.

Certains cours peuvent faire l'objet d'un enseignement à distance en visioconférence via la plateforme TEAMS de Microsoft.

Pédagogie active et participative.

Transversalité entre les différents modules.

Adaptabilité aux tendances et évolutions du marché.

Les contenus des programmes s'adaptent également en fonction des besoins identifiés pendant la formation.

Accompagnement à la recherche de stages et dans l'insertion professionnelle.

Effectifs limités à 30 étudiants maximum par promotion pour un meilleur suivi.

Modalités d'évaluation

Evaluation des acquis pendant la formation :

Les professeurs s'assurent de l'assimilation des connaissances à travers des examens, exercices, études de cas et mises en situation professionnelles en individuel et en groupe, à l'écrit et à l'oral, en contrôle continu tout au long de la formation.

Plusieurs coefficients de notation sont établis en fonction de la progression pédagogique.

Des bulletins de notes semestriels sont établis en fonction des résultats et des conseils de classe en présence des professeurs sont organisés chaque semestre.

Evaluation des acquis en fin de formation, validation de la certification :

- Mise en situation professionnelle réelle
- Étude de cas
- Mise en situation professionnelle reconstituée
- Soutenances orales devant un jury

Accessibilité

Référent handicap de l'établissement :

Gaëlle Boussarie

gaelle.boussarie@ibsm-mode.com

05 56 79 28 79

Les locaux sont accessibles aux personnes en situation de handicap : normes PMR, rampe d'accès, sanitaires adaptés.

Cette formation est accessible à la plupart des situations de handicap, si vous êtes concernés merci de contacter notre référent.

Taux d'obtention de la certification

Lancement de la formation en septembre 2022, pas encore d'indicateur

Validation des blocs de compétences

3 blocs de compétences :

Bloc 1. Piloter le développement opérationnel du plan d'actions commerciales

Bloc 2. Développer la stratégie de croissance de l'entreprise

Bloc 3. Manager une équipe commerciale

Si les acquis correspondent aux compétences, aptitudes et connaissances exigées pour obtenir la certification visée, le jury prend une décision de validation totale et attribue la certification.

Si les acquis ne correspondent pas entièrement aux compétences, aptitudes et connaissances exigées pour la certification visée, le jury prend une décision de validation partielle.

Le candidat recevra une notification indiquant les éléments qui devront faire l'objet d'une évaluation complémentaire.

La certification est obtenue par validation de tous les blocs identifiés dans le référentiel.

Si les acquis ne correspondent pas au niveau de compétence, aptitude ou connaissance exigées, le jury refuse l'attribution du diplôme.

La certification n'intègre pas de bloc optionnel ni d'évaluations complémentaires.

Equivalences et passerelles

Aucune équivalence ou passerelle possible, l'étudiant doit valider l'ensemble des blocs de compétence pour obtenir la certification.

Suite de parcours

En fonction de leur projet professionnel, les étudiants peuvent poursuivre leur cursus à IBSM :

- Le Mastère Marketing et Management Mode et Luxe (titre RNCP niveau 7 bac +5) permet de consolider en 2 ans les connaissances des étudiants en stratégie commerciale et de développer des compétences managériales dans les domaines du textile, de la beauté, de la maroquinerie et de la joaillerie, pour accéder à des postes à responsabilité.

Débouchés professionnels

Cette activité professionnelle peut s'exercer dans tous les secteurs ayant besoin de développer la vente de produits et services (ex. alimentaire, automobile, sport et loisirs, information et communication, électroménager, transport/logistique, industrie de santé, ressources humaines, etc.). Le responsable du développement commercial évolue dans des entreprises hétérogènes de par leurs secteurs d'activité, zones géographiques, durée d'existence, dimension (petite, moyenne, grande entreprise) et également leurs talents et compétences internes, qui va déterminer le niveau de leurs performances. Il peut s'agir par exemple, d'une entreprise industrielle, d'une entreprise publique/établissement public, ou d'une société de services. Le responsable du développement commercial exerce son activité généralement dans des entreprises de taille intermédiaire ou dans des grandes entreprises, et un peu moins dans des PME qui se sont fixé des objectifs de développement.

Trajectoires professionnelles de nos étudiants

Lancement de la formation en septembre 2022, pas encore d'indicateur

Prérequis, modalités et délais d'accès :

Inscriptions de novembre 2024 à juillet 2025

L'accès à la préparation au titre « Chargé de développement marketing et commercial » est ouvert :

- pour un cycle de formation de trois ans, à tout(e) titulaire d'un diplôme ou titre de niveau attestant d'un niveau 4, sélection sur dossier : CV à jour, lettre de motivation, deux derniers bulletins scolaires, copie du diplôme de niveau 4 si déjà obtenu + entretien de motivation avec la directrice et le responsable pédagogique

- pour un cycle de formation d'un an, à tout(e) titulaire d'un diplôme ou titre de niveau attestant d'un niveau 5 ou équivalent dans le domaine du marketing, du commerce et de la communication. Les candidats doivent

également avoir validé le niveau d'anglais correspondant au niveau A2 du CECRL, , sélection sur dossier : CV à jour, lettre de motivation, deux derniers bulletins scolaires, copie du diplôme de niveau 4 si déjà obtenu

+ entretien de motivation avec la directrice et le responsable pédagogique

À titre dérogatoire, l'accès à la certification, pour un cycle de formation d'un an, pourra être ouvert aux candidats/candidates titulaires d'un titre ou diplôme de niveau 4 et attestant d'une expérience professionnelle, en continu ou en discontinu, dans un emploi en lien avec le marketing, le commerce ou la communication (VAP), sélection sur dossier : CV à jour, lettre de motivation, deux derniers bulletins scolaires, copie du diplôme de niveau 4 si déjà obtenu + entretien de motivation avec la directrice et le responsable pédagogique

- Par le biais de la VAE, conformément à l'article R. 335-6 du code de l'éducation, quel que soit l'âge, la nationalité ou le niveau d'étude du/de la candidat(e), en justifiant d'une expérience dans le même champ d'activité professionnelle que la certification.

Délai de traitement de votre demande : **48h**

Prise de rdv pour l'entretien de motivation **sous 1 semaine**

Délai de réponse après la procédure d'admission : **2 semaines**

Début de l'action de formation : **septembre 2025**

Fin de l'action de formation : **septembre 2028**

Modalités

En initial ou en alternance (contrat de professionnalisation ou d'apprentissage)

Durée

1ère année en initial : 455 heures à l'école + 420 heures en entreprise (stage)

1ère année en alternance : 455 heures à l'école + 1281 heures en entreprise

2ème année en initial : 455 heures à l'école + 840 heures en entreprise (stage)

2ème année en alternance : 455 heures à l'école + 1351 heures en entreprise

Total heures de formation = 910 heures

Total heures en entreprise en initial = 1260 heures

Total heures en entreprise en alternance = 2632 heures

Tarif

17000 euros nets de TVA (8500 euros par an)

Contact

Alexandre Bachellerie, responsable pédagogique

alexandre.bachelorie@ibsm-mode.com

05 56 79 28 79

Méthodes mobilisées

Méthodes d'enseignement qui alternent :

- Cours magistraux, apport théorique et méthodologique
- Exposés des étudiants
- Travaux dirigés, étude de cas
- Travaux pratiques
- Atelier pratique : mise en situation professionnelle dans le cadre de collaborations avec des entreprises du secteur (Business Week)
- Conférences de professionnels du secteur en présentiel ou visioconférence
- Visites d'entreprises du secteur
- Voyage pédagogique et linguistique en Europe

L'essentiel de la formation se déroule en présentiel dans nos locaux.

Certains cours peuvent faire l'objet d'un enseignement à distance en visioconférence via la plateforme TEAMS de Microsoft.

Pédagogie active et participative.

Transversalité entre les différents modules.

Adaptabilité aux tendances et évolutions du marché.

Les contenus des programmes s'adaptent également en fonction des besoins identifiés pendant la formation.

Accompagnement à la recherche de stages/alternances et dans l'insertion professionnelle.

Effectifs limités à 25 étudiants maximum par promotion pour un meilleur suivi.

Modalités d'évaluation

Evaluation des acquis pendant la formation :

Les professeurs s'assurent de l'assimilation des connaissances à travers des examens, exercices, études de cas et mise en situation professionnelles en individuel et en groupe, à l'écrit et à l'oral, en contrôle continu tout au long de la formation.

Plusieurs coefficients de notation sont établis en fonction de la progression pédagogique.

Des bulletins de notes semestriels sont établis en fonction des résultats et des conseils de classe en présence des professeurs sont organisés chaque semestre.

Evaluation des acquis en fin de formation, validation de la certification :

A l'issue des 2 ans de formation, les compétences sont validées par :

- Élaboration et soutenance d'un rapport d'activité, mémoire professionnel
- Réalisation et présentation d'un business plan
- Etude de cas d'entreprises
- Epreuves orales d'anglais niveau B2

Il s'agit d'évaluations conduites sous forme de travaux individuels ou collectifs, de productions écrites, de QCM ou de soutenances orales.

Accessibilité

Référent handicap de l'établissement :

Gaëlle Boussarie

gaelle.boussarie@ibsm-mode.com

05 56 79 28 79

Les locaux sont accessibles aux personnes en situation de handicap : normes PMR, rampe d'accès, sanitaires adaptés.

Cette formation est accessible à la plupart des situations de handicap, si vous êtes concernés merci de contacter notre référent.

Prérequis, modalités et délais d'accès :

Inscriptions de novembre 2024 à juillet 2025.

L'accès à la certification est ouvert à tous les titulaires d'un diplôme ou titre de niveau d'un niveau 6 ou équivalent dans le domaine du management.

Les candidats doivent également avoir validé le niveau d'anglais correspondant au niveau B1.

A titre dérogatoire, l'accès à la certification pourra être ouvert aux candidats titulaires d'un diplôme de niveau 5 d'études de gestion, d'économie ou de droit et attestant d'une expérience professionnelle, en continu ou en discontinu, dans la direction d'entreprises ou de services.

Sélection sur dossier : CV à jour, lettre de motivation, deux derniers bulletins scolaires, copie du diplôme de niveau 6 si déjà obtenu ou de niveau 5 avec copie des attestations de travail + entretien de motivation avec la directrice et le responsable pédagogique.

Délai de traitement de votre demande : 48h, prise de rdv pour l'entretien de motivation sous 1 semaine

Délai de réponse après la procédure d'admission : 2 semaines.

Début de l'action de formation : octobre 2025

Fin de l'action de formation : septembre 2027

Taux d'obtention de la certification

2023 : 100% d'obtention

Validation des blocs de compétences

4 blocs de compétences :

Bloc 1 : Élaborer et diffuser la stratégie globale d'une organisation

Bloc 2 : Piloter la mise en œuvre de la stratégie globale d'une organisation

Bloc 3 : Manager les équipes

Bloc 4 : Diriger la stratégie de développement marketing et commercial d'une organisation

Si les acquis correspondent aux compétences, aptitudes et connaissances exigées pour obtenir la certification visée, le jury prend une décision de validation totale et attribue la certification.

Si les acquis ne correspondent pas entièrement aux compétences, aptitudes et connaissances exigées pour la certification visée, le jury prend une décision de validation partielle.

Le candidat recevra une notification indiquant les éléments qui devront faire l'objet d'une évaluation complémentaire.

La certification est obtenue par validation de tous les blocs identifiés dans le référentiel.

Si les acquis ne correspondent pas au niveau de compétence, aptitude ou connaissance exigées, le jury refuse l'attribution du diplôme.

La certification n'intègre pas de bloc optionnel ni d'évaluations complémentaires.

Equivalences et passerelles

Aucune équivalence ou passerelle possible, l'étudiant doit valider l'ensemble des blocs de compétence pour obtenir la certification.

Suite de parcours

Poursuite d'études possible : doctorat en marketing, doctorat en sciences de l'administration, Mastère Spécialisé en Commerce

Débouchés professionnels

L'activité de ce métier s'exerce à la direction d'une entreprise dont l'effectif est compris entre 10 et 250 salariés avec un chiffre d'affaires annuel inférieur à 50 millions d'euros, un centre de profit ou un département dans une plus grande structure dans ses différentes dimensions (organisationnelle, humaine, commerciale, etc.), dans le secteur mode et luxe :

- Chef d'entreprise, créateur ou repreneur d'entreprise
- Directeur général de filiale
- Directeur membre du comité de direction
- Directeur fonctionnel (commercial, marketing, juridique, finance, ressources humaines, supply chain, logistique, export)
- Directeur d'unités opérationnelles au niveau unitaire, régional, national ou mondial
- Directeur / Manager de zone, filiale, d'unité, de services
- Directeur général adjoint / Directeur adjoint
- Gérant
- Directeur de service, département, unité, d'agence
- Directeur de projet / Manager de projet
- Directeur du développement
- Directeur des ventes
- Consultant dans des cabinets de conseil orientés vers le management stratégique et opérationnel, les ressources humaines, les achats, l'expertise comptable
- Manager des organisations
- Manager international

Trajectoires professionnelles de nos étudiants

Loréa Olazagazti : Cheffe de produit chez We are Jolies, Marie-Léa Stosic : Chargée planification livraisons Chanel

Mis à jour le 05/08/2024 par Alexandre Bachellerie

Indicateurs de résultats - Promotions 2023

	BACHELOR STYLISTE DESIGNER DE MODE (initial)	BACHELOR MARKETING OPTION MODE (apprentissage)	MASTERE (apprentissage)
Promo	2023	(dispo en 2025)	2023
Nombre de stagiaires	28		9
Nombre de titulaires de la certification	27		9
Taux de satisfaction	83%		86%
Taux d'assiduité	89%		94%
Taux de réussite	96%		100%
Taux d'obtention	96%		100%
Taux d'insertion global à 6 mois	100%		89%
Taux d'insertion global moyen/long terme (à 1 an)	87%		Dispo en Décembre 2024
Taux d'insertion métier visé 6 mois	61%		78%
Taux d'insertion métier visé moyen/long terme (à 1 an)	61%		Dispo en Décembre 2024
Taux poursuite d'études	52%		0%
Taux interruption en cours de formation apprentissage (abandon)	Pas concerné		Dispo fin 2025
Taux rupture des contrats d'apprentissage	Pas concerné		Dispo en 2025
Valeur ajoutée apprentissage	Pas concerné		Dispo en 2025

Pas encore d'indicateurs pour le Bachelor Marketing option Mode lancé en septembre 2022.

Première promotion diplômée en 2025.

PRISE EN CHARGE HANDICAP

L'IBSM Mode & Marketing s'engage en faveur des étudiants en situation de handicap. Gaëlle Boussarie, directrice de l'établissement et responsable handicap, a mis en place une Charte spéciale afin d'apporter un soutien adapté.

Demandez la charte handicap à : contact@ibsm-mode.com

Lors de l'entretien d'admission, les futurs étudiants ont la possibilité de déclarer leur handicap afin d'être accompagnés par Gaëlle Boussarie. Un second entretien sera alors programmé pour évaluer les besoins de l'étudiant et envisager les solutions à mettre en place. Les étudiants ont également la possibilité de déclarer leur handicap en cours de cursus, en fonction de leurs difficultés ou problématiques.

La référente handicap est disponible pour guider les étudiants et répondre à toutes leurs questions. Elle les accompagne tout au long de leur parcours et est en relation avec des partenaires spécialisés. Elle peut ainsi orienter les étudiants vers des moyens externes (AVS, équipements spécifiques à commander) ou effectuer les démarches nécessaires auprès des organismes compétents ou en interne (aménagement d'emploi du temps, tiers-temps...). Elle leur donne des références sur les moyens de transport dans la ville, les activités de loisirs, les lieux culturels, ainsi que les contacts des organismes de référence tels que les CMP, MDPH, missions locales et Agefiph.

Nos locaux du 11 place des Quinconces sont adaptés et accessibles aux personnes à mobilité réduite (PMR) : rampe d'accès et sanitaires adaptés.

Contacts du Référent Handicap :

gaelle.boussarie@ibsm-mode.com

ibsm

Mode & Marketing

10 - 11 place des Quinconces
33000 Bordeaux
05 56 79 28 79
contact@ibsm-mode.com
ibsm-mode.com



 RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivrée au titre
de la catégorie d'action suivante:
ACTIONS DE FORMATION
ACTIONS DE FORMATION PAR APPRENTISSAGE

Suivez-nous sur les réseaux sociaux :



MASTÈRE

MARKETING ET MANAGEMENT MODE & LUXE

TRIPLE DIPLÔMATION :

- CERTIFICATION PROFESSIONNELLE RNCP MANAGER DES ORGANISATIONS - FICHE RNCP N° 35280, EN-REGISTRÉE LE 10 FÉVRIER 2021, PAR DÉCISION DU DIRECTEUR GÉNÉRAL DE FRANCE COMPÉTENCES. CODE 310 : SPÉCIALITÉS PLURIVALENTES DES ÉCHANGES ET DE LA GESTION. NIVEAU DE QUALIFICATION 7.
- MASTÈRE EUROPÉEN MANAGEMENT DIGITAL DÉLIVRÉ EN PARTENARIAT AVEC LA FÉDÉRATION DES ÉCOLES EUROPÉENNES (ACCREDITÉ ECTS)
- MASTÈRE MARKETING ET MANAGEMENT MODE & LUXE

Objectifs de la formation

Dans un contexte concurrentiel où la mondialisation et la transformation digitale bouleversent les sphères de notre société, les organisations font face à de nombreux défis qui nécessitent plus de flexibilité et une évolution des pratiques managériales afin de s'adapter à un marché en perpétuelle mutation. Ainsi certaines tendances sont à considérer :

- Développer une stratégie calibrée
- Piloter le changement
- Considérer les aspirations individuelles
- Développer un management collaboratif
- S'adapter au contexte générationnel et interculturel

Le manager des organisations mode et luxe contribue à l'élaboration et à la mise en œuvre de la stratégie de son entreprise en matière de développement commercial, marketing, financier et structurel en tenant compte des ressources et de l'écosystème économique. Il intervient notamment dans les processus de changements organisationnels et managériaux (humains, démarche qualité, ...) selon les finalités attendues.

Objectifs d'aptitudes et acquisition de compétences

ÉLABORER ET DIFFUSER LA STRATÉGIE GLOBALE D'UNE ORGANISATION

Le manager des organisations a la charge de la construction de la stratégie globale de l'organisation ainsi que de sa stratégie. Il doit donc procéder à une analyse interne et externe de l'environnement, construire et présenter des orientations stratégiques et élaborer et diffuser la feuille de route

PILOTER LA MISE EN ŒUVRE DE LA STRATÉGIE GLOBALE D'UNE ORGANISATION

Le manager des organisations contrôle, analyse et ajuste la stratégie en fonction des résultats intermédiaires, il s'assure du suivi des projets et adapte les objectifs en fonction de la performance, il pilote les différents acteurs stratégiques de l'entreprise.

MANAGER LES ÉQUIPES

Le manager des organisations encadre mobilise et pilote l'ensemble des équipes. Il anime les équipes et les Hommes en collectif mais également en individuel. Son rôle est également la gestion des équipes et des compétences.

DIRIGER LA STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT MARKETING ET COMMERCIAL D'UNE ORGANISATION

Le manager des organisations a en charge la définition de la stratégie marketing et commerciale en concevant une stratégie adaptée. Il assure le pilotage de déploiement des plans marketings et commerciaux.