

DA08 - DOSSIER D'ACCRÉDITATION FICHE DE PRÉSENTATION D'UNE FORMATION DE TYPE LICENCE, LICENCE PROFESSIONNELLE OU MASTER

CAMPAGNE D'ÉVALUATION 2019-2020
VAGUE A

Établissement demandant l'accréditation : **Université Lumière – Lyon 2**

La formation	
A - Intitulé (préciser le cas échéant si l'intitulé est hors nomenclature) :	Mode
B - Niveau (L, grade L, LP, M, grade M, autre) :	M
C - Origine de la formation (préciser et détailler si nécessaire s'il s'agit d'un renouvellement à l'identique, d'un renouvellement avec structuration, d'une création issue d'une restructuration ou d'une création ex-nihilo. En cas de création ex-nihilo, argumenter en quelques phrases cette création) :	<p>L'intitulé ne change pas par rapport à la précédente accréditation.</p> <p>Il s'agit d'un renouvellement avec structuration, dans la mesure où certains cours de M2 risquent de glisser en M1 et certaines UE évoluer en M2, avec une semestrialisation réajustée.</p>
D - Champ de formations (indiquer le champ principal dans lequel s'inscrit cette formation. Préciser le cas échéant s'il y a un champ secondaire) :	<p>Domaine national SHS : Sciences Humaines et Sociales</p> <p>Champ Lyon 2 : Langues, littératures, cultures, communication et numérique</p>
E - Établissements (indiquer les établissements qui demandent une co-accréditation) :	Pas de co-accréditation demandée
F - Parcours (préciser et détailler si nécessaire les différents parcours prévus dans la formation, y compris le parcours d'accès santé (L. AS)) :	Le parcours Mode et communication sera maintenu lors de la prochaine accréditation. Des passerelles pourront être envisagées avec d'autres mentions (Communication des organisations et Journalisme), sous forme de modules optionnels transversaux.
G - Lieux de la formation (préciser le cas échéant les délocalisations) :	Les cours ont lieu sur les deux campus de l'Université Lyon 2 (Berges du Rhône et Porte des Alpes).
H - Modalités d'enseignement (préciser si la formation est faite en apprentissage, en contrat de professionnalisation, à distance, etc.) :	<p>Mise en place de l'alternance à l'occasion de la prochaine accréditation (contrat de professionnalisation et/ou contrat d'apprentissage), en présentiel.</p> <p>Mise en place de modules de compétences dans le cadre de la formation continue (en présentiel et/ou à distance selon les publics</p>

	concernés).
I - Volume horaire de la formation (indiquer aussi la part d'enseignement en langues étrangères) :	<p>Le Master comprend des enseignements (CM/TD) validant 120 ECTS, sur les 4 semestres (30 par semestre).</p> <p>Le volume horaire total actuel pour le Master est 630h/étudiant.e. Nous proposons de nous baser sur les attentes au niveau national soit 1000h/étudiant.e pour repenser les maquettes.</p> <p>90 heures d'enseignements en Langue étrangère obligatoire (anglais) sur les deux ans du Master (60 h en M1 et 30h en M2).</p>
J - Effectifs attendus :	<p>- 38 étudiant.es en M1</p> <p>- 37 étudiant.es en M2</p>
K - Partenariat avec un autre (ou d'autres) établissement d'enseignement supérieur public :	Aucun
L - Accords internationaux particuliers :	<p>Partenariats ERASMUS, conventionnements avec des institutions privées étrangères (IESMODA au Mexique).</p> <p>Pour tou.es les étudiant.es, il est possible de faire un semestre ou une année entière en mobilité. Les étudiant.es ont accès aux 32 accords en Erasmus+ et aux accords spécifiques Monde (Canada, Brésil et Colombie) de l'institut de la communication, ainsi qu'aux accords toutes disciplines Monde (Tous pays) de l'université Lyon 2.</p>
M - Conventionnement avec une institution privée française :	Montage d'un partenariat conventionné en cours de réflexion avec ESMOD Fashion Business Paris.

N

Pour faire suite au rapport d'expertise de l'HCERES et dans la perspective d'évolution de la maquette du Master que nous avons envisagé, plusieurs points d'évolution nous semblent nécessaires :

- **Repenser la répartition des volumes horaires entre le M1 et le M2.** La maquette actuelle (2016-2021) prévoit 232h/étudiant en M1 et 394h/étudiant en M2. Les différents échanges avec nos étudiants ont montré que ceux-ci percevaient un déséquilibre à juste titre en matière de volume d'enseignements. Il s'agira donc de faire glisser certains enseignements (Grand courant de la création, Histoire des Tissus) en M1.
- **Proposer un accès à la professionnalisation dès le Master 1(recommandation HCERES).** Le M1 pourrait accueillir un stage de deux mois par exemple en fin de second semestre. La semestrialisation du M2 devra être repensée avec la possibilité d'un départ en stage dès la fin du mois de janvier (au début du second semestre universitaire) afin de permettre à l'étudiant soit d'effectuer 6 mois de stage plein (formation initiale), soit d'intégrer à temps plein l'entreprise d'alternance.
- **Proposer de nouveaux enseignements,** sous forme de modules concentrés sur quelques jours, ou renforcer certains enseignements (Web marketing, TIC) en adéquation avec l'évolution socio-environnementale, technologique et info-communicationnelle, qui seront tournés vers l'innovation, le numérique et la mode éthique.
- **Ouvrir la 2^{ème} année de Master à l'alternance (contrat de professionnalisation ou d'apprentissage) durant la prochaine période d'accréditation (2022-2027),** afin de travailler à cette professionnalisation de nos étudiants, à l'acquisition de certaines compétences (savoir-faire et savoir-être) sur le terrain et leur permettre une insertion facilitée dans la vie active.
- **Développer l'accès à la formation continue.** Nous souhaitons initier la FC au sein de la mention Mode afin de répondre à une demande croissante de la part des professionnels en activité ou en reprise d'activité en France ou même à l'étranger. Après une phase d'étude des différentes demandes, Il s'agira de proposer des modules d'enseignement validant les blocs de compétences *ad hoc* pour permettre à ces professionnels d'évoluer dans leur métier. Deux modalités de FC nous semblent envisageables : à la carte, en fonction des besoins de certaines organisations, ou sous forme de deux ou trois blocs de compétences correspondant aux grands axes d'enseignement du Master (marketing, communication, mode).

Nb : la possibilité de développer à brève échéance la FC et l'alternance dépendra aussi bien évidemment des moyens humains en présence non seulement au sein de la mention Mode mais aussi plus largement au sein de la composante (Institut de la communication).

- **Améliorer les modalités des recueils des données** (évaluation systématique des enseignements, taux de réussite, taux d'insertion, ...) au niveau de la mention notamment.
- *In fine*, pour parvenir à évoluer dans ces différentes directions, **il nous faudra travailler en profondeur la corrélation entre enseignements et portefeuilles de compétences.**

O

Non concerné