

<b>Diplôme</b>	<b>MASTER</b>	
<b>Mention</b>	Mode	
<b>Numéro d'accréditation</b>	20160438	
<b>Etablissements co-accrédités</b>	<input type="checkbox"/> Université Claude Bernard Lyon 1 <input checked="" type="checkbox"/> Université Lumière Lyon 2 <input type="checkbox"/> Université Jean Moulin Lyon 3 <input type="checkbox"/> Université Jean Monnet <input type="checkbox"/> Ecole Normale Supérieure de Lyon <input type="checkbox"/> Ecole Centrale de Lyon <input type="checkbox"/> INSA Lyon <input type="checkbox"/> Vetagro Sup <input type="checkbox"/> ENTPE	<input type="checkbox"/> ENSSIB <input type="checkbox"/> ENSAL <input type="checkbox"/> ENSASE <input type="checkbox"/> Institut Mines Telecom <input type="checkbox"/> Université Savoie Mont Blanc <input type="checkbox"/> IOGS Paris-Saclay
<b>Schéma des parcours</b>	Un seul parcours "Mode et Communication" disponible dès le M1 et poursuivi en M2.	

<b>Objectifs et finalité de la formation</b> (secteurs d'activité et métiers visés)
La mention de master Mode, parcours Mode et communication est destinée à former les étudiants aux métiers de la communication au sein des filières mode, textile et luxe, de la direction de projets et de collections, du marketing, du journalisme mode et des relations de presse, de l'événementiel, des DRH et de la RSE.

<b>Points forts<sup>1</sup></b>	<b>Points faibles<sup>1</sup></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le master Mode, parcours Mode et communication est le seul master de mention mode adossé aux SIC</li> <li>- Renforcement des enseignements liés aux innovations numériques en mode : "plateformisation" et IA générative</li> <li>- Offre de formation adaptée aux évolutions des métiers et des secteurs en lien étroit avec le monde professionnel</li> <li>- Adossement marqué à la recherche avec notamment la poursuite d'étude en doctorat</li> <li>- Equipe pédagogique composée d'enseignants-chercheurs du domaine et de professionnels</li> <li>- Taux d'insertion professionnelle élevé</li> <li>- Engagement dans la pédagogie par projets</li> <li>- Partenariats avec des entreprises locales et nationales</li> <li>- Ouverture sur la cité (au travers de manifestations portées par les étudiants et l'équipe pédagogique)</li> <li>- Ouverture à l'international (accueil d'étudiants étrangers, partenariats Erasmus, développement de liens avec le Brésil, avec Herriot-Watt, cours de "Fashion english" dispensés en anglais)</li> <li>- Stages en M1 et M2 et réseau d'Alumni actifs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- volume horaire étudiant trop faible (notamment au regard de l'environnement concurrentiel et des attentes des entreprises en savoir-faire et connaissances)</li> <li>- manque d'accès à certaines ressources professionnelles (logiciels dédiés, abonnements à des newsletters, participation à certains événements, etc.)</li> <li>- Difficulté à gérer les financements obtenus et à mettre en place les projets pédagogiques en raison de contraintes administratives et de la complexité des procédures, notamment dans le cadre de projets tutorés.</li> </ul>
<b>Opportunités<sup>1</sup></b>	<b>Menaces<sup>1</sup></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombreuses collaborations avec des entreprises et institutions</li> <li>- Développement de l'internationalisation dans la cadre du projet avec le Brésil</li> <li>- Renforcement des passerelles avec le doctorat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombreuses écoles privées qui disposent de moyens largement supérieurs (autant humains que financiers)</li> <li>- Evolutions rapides des métiers et techniques qui nécessiterait de développer des outils de veille</li> </ul>

<sup>1</sup> Pour rappel, 4 domaines : politique et caractérisation, organisation pédagogique, attractivité/performance et pertinence, pilotage et amélioration continue

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rapprochements avec d'autres écoles du secteur (ex : Itech)</li> <li>- Demande forte des entreprises sur des compétences critiques et scientifiques face aux injonctions de production éthiques et écoresponsables auxquelles elles sont confrontées</li> <li>- Positionnement en SIC favorable à la formation critique sur les évolutions technologiques (IA...) du secteur industriel.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Renforcement des contraintes budgétaires et administratives</li> <li>- Dépendance à des financements par projets qui peuvent nuire à la pérennisation de certaines actions.</li> </ul>
--	---

<b>Inscription de la formation dans les orientations pédagogiques et les priorités thématiques de l'établissement</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- La formation est pleinement inscrite au cœur de la cité, au travers des liens tissés avec le monde professionnel et institutionnel local : partenariats avec Unitex (organisation régionale du textile), la Région AURA (dans le cadre de programmes de recherche et de développement international, avec le Musée des tissus (partenariats pédagogiques et accompagnements de projets), etc. Au travers de manifestations "ouvertes" : Lyon Fashion Film Festival, Université d'Automne. Au travers de la mobilisation d'intervenants "locaux" et des relations noués avec les autres "écoles" de mode du bassin lyonnais.</li> <li>- Le développement international de la formation fait l'objet d'une attention continue comme en témoigne le niveau élevé d'étudiants étrangers, comme en témoignent les partenariats avec les Universités de Bologne et d'Herriot Watt. Nous sommes de plus en train de nouer une relation pérenne avec l'Université de Sao Paulo qui se concrétisera par une convention entre le master de l'UDLM et le master "Mode et textile" de l'USP, en vue de l'accueil d'étudiants brésiliens en master et doctorat, et par « l'Université d'Automne » sur l'écoresponsabilité dans les filières mode et textile, qui consistera en une semaine intensive sur cette thématique et qui se tiendra de façon biannuelle.</li> <li>- Au niveau de la recherche, nous avons développé l'accès des étudiants au doctorat. En outre, la plupart des EC qui interviennent dans le master participent à un projet éditorial ambitieux : le premier ouvrage collectif en SIC sur la Mode.</li> </ul>

<b>Parcours des étudiants en amont et en aval de la formation</b>
<p>Les étudiants viennent de différentes disciplines : information-communication, Mode, Histoire de l'art, LEA/LLCER, Sociologie, Droit, Sciences économiques et gestion... Si la plupart viennent de formations universitaires (licences générales notamment), une petite part des étudiants viennent de formations techniques et professionnelles : Licence Professionnelle Métiers de la Mode, Diplôme National des Métiers des arts et du design (DN MADE)...</p> <p>La commission pédagogique du master favorise une hétérogénéité disciplinaire dans le recrutement des étudiants afin de permettre les échanges et le partage de connaissances.</p> <p>Le master Mode, parcours Mode et Communication, est professionnalisant et a un très bon taux d'insertion professionnelle.</p> <p>Le premier annuaire des alumni date de 2019 et il a été singulièrement étoffé par la mise en place en 2023 d'un projet tutorés visant à la constitution du "réseau alumni". Travail qui se fait également via le compte LinkedIn de la formation.</p> <p>Certains étudiants poursuivent leurs études en doctorat (laboratoire ELICO – Sciences de l'information et de la communication).</p> <p>Enfin, quelques étudiants peuvent faire le choix de poursuivre leurs études en école privée afin de gagner une spécialisation via un mastère spécialisé, notamment à l'Institut Français de la Mode (IFM), l'une des écoles en Mode les plus reconnues en France.</p>

<b>Articulation et passerelles avec les formations voisines du même cycle et des cycles antérieur et/ou supérieur</b>
<p>La formation est ouverte aux étudiants ayant validé une licence mais aussi aux étudiants en provenance de DN MADE (mode) ou de Licence professionnelle ainsi que, désormais, les titulaires d'un BUT.</p> <p>En aval, les étudiants ayant eu plus de 14/20 à leur mémoire et plus de 14/20 de moyenne générale en M2 peuvent candidater à l'inscription en doctorat.</p>

En outre, certains cours sont mutualisés avec les autres parcours de master des mentions Information-Communication, Journalisme, DPEC et Communication des organisations.
---

<b>Evolution des intitulés de la formation (accréditée et parcours diplômants) pendant la période de référence</b>
--

L'intitulé du parcours "Mode et communication" n'a pas changé depuis 2016.
--

<b>Perspectives de restructuration envisagées pour le prochain contrat</b>
--

<p>Le master Mode, parcours Mode et Communication, fonctionne bien en l'état comme en atteste ses taux d'insertion professionnelle et sa reconnaissance dans son environnement socio-économique. Des améliorations de contenus et de modalités pédagogiques seront apportées afin de développer l'adéquation des enseignements du master avec les évolutions du secteur, ainsi que les compétences d'expertises des étudiants : Ecoresponsabilité, RSE, Outils numériques (IA)...</p>
---

<p>Il est également envisagé de repenser le calendrier de la formation afin de terminer les cours en M1 début avril et mettre en place un stage obligatoire en M1 de 1 mois minimum.</p>
--

<p>De nombreux candidats pour le master sont des entrepreneurs venant chercher de la formation professionnelle pour développer leur entreprise sur les aspects communication/Marketing/Connaissance du secteur. Nous envisageons notamment de créer une formation courte (Formation continue) à destination de ce public.</p>
---

<p>L'ensemble des établissements concurrents proposant des formations en alternance, le choix de renforcer la dimension académique et scientifique de la formation nous semble une meilleure opportunité pour affirmer l'identité du master et son attractivité (pour les candidats et les entreprises).</p>
--