



## LICENCE PROFESSIONNELLE M.O.D. PARIS SORBONNE

### LES CONTENUS DE FORMATION

Dans un contexte de forte concurrence, beaucoup d'entreprises recherchent un personnel maîtrisant toutes les activités de la chaîne Textile Habillement, depuis la création, le design, la conception, la production-sourcing jusqu'à la mise en place de la communication, des outils du marketing et du management d'équipes commerciales en France et à l'international.

Notre formation vise ces métiers. Elle repose sur

- l'intervention de professionnels reconnus du secteur ;
- un partenariat avec le Lycée Elisa Lemonnier, spécialiste du secteur ;
- et le renforcement de deux langues vivantes à égalité de niveau.

Le but est de permettre aux étudiants d'ouvrir leur champ professionnel au commerce international.

### ENSEIGNEMENTS ACADÉMIQUES DONNÉS AU LYCÉE ÉLISA LEMONNIER



#### UE1 CONNAISSANCE DE LA MODE (VÊTEMENT, COSTUME)

Il s'agit d'acquérir les connaissances nécessaires en histoire de la mode et du vêtement, afin de développer chez les étudiants le goût esthétique, appliqué au domaine professionnel. Ils pourront alors aborder la notion de beauté munis d'un ensemble de connaissances solides et ciblées :

- histoire de la mode contemporaine,
- caractéristiques de l'industrie de la mode et du luxe,
- approche stratégique,
- approche monographique.

#### UE2 CRÉATION DESIGN - CONCEPTION

En ce qui concerne la **CRÉATION DESIGN**, l'enseignant conduit les étudiants à utiliser des matières et des matériaux, à partir d'un thème collectif, qui peut être un thème technique (la création d'un vêtement professionnel) ou un thème artistique (défilé de mode). Ce choix détermine des contraintes de couleurs, de matières, d'usage et d'entretien. La formation va de l'expression plastique à l'expression textile.

Les étudiants apprennent à concevoir :

- Une organisation de surfaces empiriques qui utilisent divers types de matières : les textures empiriques sont ensuite analysées, sélectionnées. Elles font l'objet d'un travail photographique au zoom, qui permet de conserver une surface ou de la recomposer, suivant un critère d'organisation de surface (dynamique, statique, vertical, horizontal, sinueux, brisé, courbe, etc.). Le choix définitif s'opère quand les

étudiants recomposent les surfaces pour ensuite appliquer la texture retenue sur une matière textile de leur choix.

- Des Figurines en volume (*fashion illustration*) et des croquis à plat (*technical illustration*) : La figurine va présenter le modèle dans sa globalité, avec son tissu et ses couleurs. Le croquis technique va présenter tous les éléments constitutifs du vêtement et ses détails (col, valeur de surpiqure, poches, etc.). Les échantillons viennent des recherches faites lors du travail sur la matière.
- Un Cadre de collection (*collection plan*) : La récapitulatif de tous les modèles de la collection par thèmes, et des accessoires qui sont l'objet d'une recherche de matières, et de formes. Les étudiants vont de la conception à la réalisation.

Quant à la **CONCEPTION**, il s'agit de former des négociateurs qui devront être capables de reconnaître le bon produit, d'identifier un problème de conception sur un produit, de proposer des modifications, de valider une modification de forme, de matière, de fourniture.

Les étudiants apprennent à concevoir

- Moulage d'après la figurine : Le modèle sera construit en volume d'après le dessin, sur le mannequin, dans une toile choisie en fonction du modèle final (soie, maille, tombé rigide). Avec cette toile sera fait le patronage, c'est-à-dire les différents éléments constituant le vêtement avec les valeurs de couture. Ce travail est fait avec CAO.
- Réalisation d'un prototype qui peut
  - être destiné à un prêt-à-porter haut de gamme fabriqué en France,
  - être destiné à un prêt-à-porter moyen de gamme, fabriqué en courte délocalisation (off-shore production at short distance, Magreb, Europe de l'Est)
  - être destiné à une entrée de gamme, fabriqué en longue délocalisation (long distance off-shore production). Le donneur d'ordre exige du sous-traitant la fabrication d'un prototype, dont la qualité sera évaluée.
- Envoi d'un dessin ou d'une figurine pour que le sous-traitant fasse lui-même le prototype. Il l'envoie ensuite chez le donneur d'ordres qui, dans les deux cas, devra évaluer sa qualité.
- Ce prototype évalué est le *sample* (modèle dans la taille de base). S'il est conforme, le donneur d'ordres va demander au sous-traitant de faire un modèle dans la taille inférieure et supérieure (un *size set*). S'il n'est pas conforme, il retourne au sous-traitant jusqu'à ce qu'il soit accepté. C'est le donneur d'ordre qui donne le feu vert pour la production (*OK production*).

## **UE11 LES MARCHÉS EXTERIEURS : PRODUCTION, SOURCING**

Objectifs : l'option va au-delà de la formation des techniciens de la production (IMS productique). Il s'agit d'apprendre à connaître les rouages de la fabrication en série : apprendre à calculer le coût de revient industriel d'un prototype ; à négocier avec un sous-traitant (sourcing) pour le lancer en production et le livrer chez le client (transport des marchandises, en passant par le suivi de la production et le contrôle qualité, aux différents stades et en fin de fabrication).

- Il s'agit de prospecter le sous-traitant (*Sourcing*) qui doit être capable de fabriquer la qualité désirée, dans la quantité désirée (capacité de production en personnel et en machines) et selon des délais. Il faut ensuite aller acheter le tissu, les fournitures ainsi que tous les composants d'un vêtement, au plus près du sous-traitant, géographiquement, pour éviter les frais de transport.

Le sous-traitant produit et renvoie la production chez le donneur d'ordres qui va contrôler la qualité, par échantillonnage (*statistical control*).

- Export/transport et logistique (*supply chain*) : respect des incoterms et *Delivery at Frontier* : soit le sous-traitant assure les frais jusqu'à la frontière ; soit c'est le donneur d'ordres qui assure les frais de cette frontière jusqu'à son lieu de distribution.

#### **UE14 MERCHANDIZING : MISE EN PLACE DU PRODUIT SUR POINT DE VENTE (TEXTILE ET ACCESSOIRES)**

Les étudiants devront apprendre à connaître toutes les étapes du transfert du produit, de la marque au consommateur. Ils devront apprendre à réfléchir sur le comportement du consommateur, en France, en Europe et à l'international.

Mise en place du produit sur point de vente : acquérir les techniques marchandes qui permettent de présenter au consommateur le produit à vendre, en lui proposant un assortiment de produits sur un même point de vente ; un agencement de l'espace de vente ; une implantation des linéaires où les produits sont disposés en rayons.

#### **UE16**

**S1 PROJET TUTEURÉ**

**S2 PROJET TUTEURÉ**

Le projet tuteuré est défini pour chaque étudiant, par l'équipe pédagogique et le maître d'apprentissage coordinateur formation entreprise. Il a lieu sur lieu de travail, avec le tuteur de proximité et le maître d'apprentissage coordinateur formation entreprise.

### **ENSEIGNEMENTS ACADÉMIQUES DONNÉS À PARIS SORBONNE**



#### **UE7 COURS DE DROIT DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE**

L'objectif du cours est de présenter les principaux enjeux juridiques relatifs aux secteurs de la mode, de l'habillement et du design. Il s'agit d'étudier le droit de la propriété intellectuelle et le droit des contrats qui sont deux outils juridiques que les futurs professionnels de la Licence MOD auront à manier. La méthodologie est fondée sur l'apprentissage du droit des propriétés intellectuelles, ainsi que des principaux contrats en usage. Le cours est envisagé sous la forme de données théoriques accompagnées de cas pratiques dans les secteurs pertinents à MOD.

##### **I. Les principaux droits de propriété intellectuelle**

- A. Le droit d'auteur
- B. Le droit des dessins et modèles
- C. Le droit des marques

##### **II. Les contrats de propriété intellectuelle**

- A. Les principes de base
- B. Le contrat de reproduction
- C. Le contrat de cession de marque

**LES COURS DE DEUX LANGUES ÉTRANGÈRES LEA** ont une pédagogie interactive, les étudiants interagissent entre eux et avec l'enseignant sur des documents déposés sur l'ENT/MOODLE/ au SIAL : une brochure de textes et de nombreux supports texte/image/son. Il s'agit d'associer un travail de renforcement de l'expression orale, écrite, et de l'interaction, à toutes les thématiques rencontrées.

### **UE3 PRATIQUE INTENSIVE DE L'ANGLAIS ÉCRIT DES AFFAIRES**

Le cours est en anglais et vise à travailler en début d'année et de manière systématique les fondamentaux de la langue (vocabulaire, syntaxe et grammaire) nécessaires à une connaissance solide des cultures anglo-saxonnes et à une pratique aisée de l'écrit (production, compréhension). Il s'agit d'atteindre un bon niveau d'expression en anglais des affaires.

Cette période intensive est également l'occasion pour l'enseignant de cibler les compétences acquises et les compétences qui restent à acquérir. L'enseignant établit un diagnostic individuel des compétences spécifiques à acquérir par chaque étudiant.

Selon les lacunes constatées, l'enseignant guidera l'étudiant vers les ressources numériques en anglais appropriées du SIAL (Service Inter-universitaire d'Apprentissage des Langues). L'étudiant travaillera, selon son besoin personnel, l'expression écrite, l'expression orale, la production écrite, la production orale ou l'interaction.

Cette nouvelle offre transversale de supports pédagogiques à Paris Sorbonne permet d'apporter une aide personnalisée à l'étudiant. La remédiation linguistique est guidée, la compétence à acquérir ciblée. Le centre de ressources numériques est situé sur le campus Clignancourt (salle 312).

### **UE4 PRATIQUE DE L'ANGLAIS DU MANAGEMENT INTERCULTUREL**

Le cours est en anglais et s'adresse à des étudiants qui auront, dans leur future vie professionnelle, à travailler et à négocier en milieu interculturel (équipes diverses, cultures d'entreprise et cultures nationales spécifiques). Mais ni la bonne volonté interculturelle, ni l'injonction moralisatrice ne leur suffiront. Le cours présente les principales notions de l'interculturalité qui leur permettront de travailler avec des partenaires étrangers, d'entreprendre des actions commerciales dans un cadre national ou trans-national. Pour structurer leur réflexion sur les évolutions du travail en entreprise dans l'aire anglophone, une thématique est proposée dans un contexte interculturel : l'entreprise est envisagée sous l'angle individuel du candidat au recrutement. Soit, les étapes de sa préparation à l'emploi ; l'éthique de la présentation de soi ; le recrutement en fonction des contextes culturels et secteurs d'activité ; l'impact des nouvelles technologies, le web social collaboratif et les enjeux de vie privée (*privacy rights*).

### **UE5 PRATIQUE DE L'ANGLAIS DES AFFAIRES INTERNATIONALES**

Le cours est en anglais. Il a pour objectif de familiariser les étudiants avec les aspects institutionnels du commerce international. Etude des relations commerciales internationales dans le cadre d'accords multilatéraux (OMC) ou régionaux (ALENA) ainsi que de questions liées à la mondialisation. Le cours s'appuie sur un recueil d'articles de presse anglophone que les étudiants étudient à la maison et dont les sujets sont approfondis en cours. Le cours part de notions simples à définir (les barrières commerciales, les règles générales de GATT) pour aborder des questions plus complexes comme la propriété intellectuelle ou les enjeux commerciaux en Chine.

### **UE6 PRATIQUE D'UNE AUTRE LANGUE ÉTRANGÈRE DES AFFAIRES : ESPAGNOL OU ALLEMAND**

Le cours est en Espagnol ou en Allemand. Il a pour objectif de comprendre la langue des affaires, dans les contextes hispanophones/germanophones actuels. L'étudiant doit être capable de s'exprimer et de comprendre des conversations avec ses partenaires commerciaux ; de rédiger des courriers d'affaires simples ; de connaître les principales données économiques et politiques de l'ère hispanophone/germanophone d'aujourd'hui pour être un agent économique et culturel efficace.

Au premier semestre, le cours propose des documents de sources hispanophones/germanophones variées et accorde une large place à la présentation orale de sujets pertinents

au monde hispanophone/ germanophone dans un contexte professionnel.

Selon les lacunes constatées, l'enseignant guidera l'étudiant vers les ressources numériques (en Espagnol ou en Allemand) appropriées du SIAL (Service Inter-universitaire d'Apprentissage des Langues). L'étudiant travaillera, selon son besoin personnel, l'expression écrite, l'expression orale, la production écrite, la production orale ou l'interaction.

Cette nouvelle offre transversale de supports pédagogiques à Paris Sorbonne permet d'apporter une aide personnalisée à l'étudiant qui a besoin d'une mise à niveau dans une compétence ciblée. Le centre de ressources numériques est situé sur le campus Clignancourt (salle 312). Le SIAL offre des supports pédagogiques A1, A2, et B1, B2, qui est le niveau qui permettra de bien suivre le cours d'Espagnol ou d'Allemand.

### **UE8 PRATIQUE DE L'ANGLAIS DES AFFAIRES INTERNATIONALES**

Le cours est en anglais. Il a pour objectif de familiariser les étudiants avec les aspects pratiques du commerce international. Il aborde la démarche export : la prospection, les canaux de distribution, les incoterms, les moyens de paiement, le contrat, la logistique et l'assurance à l'exportation. Le cours s'appuie sur divers documents techniques et propose des études de cas pour appliquer les notions abordées. Il progresse à partir de notions simples comme la prospection pour aborder des questions complexes relatives aux risques encourus par l'exportateur (notions de contrat, de responsabilité, d'assurance-crédit et d'assurance-change).

### **UE9 PRATIQUE DE L'ANGLAIS DES NÉGOCIATIONS INTERCULTURELLES**

Le cours est en anglais. Il vise à familiariser les étudiants avec la méthodologie de la négociation commerciale transférable à toutes sortes de négociations abordées à partir de nombreuses études de cas de négociations réussies ou ratées en entreprise.

Le cours aborde également les questions de communication : techniques d'écoute, de questionnement, d'argumentation et de manipulation, qui sont autant de techniques nécessaires à l'apprentissage de la négociation en entreprise.

Ainsi préparés, les étudiants sont ensuite mis en situation dans des jeux de rôles (jeux de rôles individuels ou en équipes qui s'affrontent autour d'un projet). L'approche de la négociation est expérientielle (agir et réfléchir).

### **UE10 PRATIQUE D'UNE AUTRE LANGUE DES AFFAIRES : ESPAGNOL OU ALLEMAND**

Le cours est en Espagnol ou en Allemand. Il a pour objectif de comprendre la langue des affaires, dans les contextes hispanophones/germanophones actuels.

Au second semestre, la méthodologie inclut la traduction de spécialité économique et d'entreprise (thème), des exposés oraux sur des entreprises locales et l'acquisition de vocabulaires de spécialité (transports et logistique ; commerce intérieur et distribution ; commerce international ; publicité et marketing ; industrie et mode). Les enjeux de corruption et de développement durable peuvent être abordés dans le contexte de la mode jetable (*fast fashion*).

### **UE12 MARKETING INTERNATIONAL : ANALYSE DES LOGIQUES D'ACHAT ET D'INNOVATION, CULTURE DU CONSOMMATEUR**

Enseignement assuré par un professionnel du secteur. Analyse des logiques d'achat et d'innovation: déterminer l'offre de consommation et l'analyse du marché, la segmentation par type de clientèle et les stratégies d'offre (offre produit/prix, communication/publicité, distribution/place), le droit des contrats, la veille technologique, juridique et économique.

### **UE13 MARKETING DU LUXE, GESTION DE LA RELATION CLIENT À L'INTERNATIONAL**

Enseignement assuré par un professionnel du secteur. Analyse des logiques d'achat et d'innovation pour les marchés du luxe, en France, en Europe et à l'international. Le rôle des artistes qui s'associent aux maisons de haute couture sera envisagé dans toutes ses composantes (artistiques, commerciales, reconnaissance de marques par le consommateur, la culture du consommateur et la gestion de la relation client dans d'autres aires culturelles/linguistiques).

### **UE15 EMPLOYABILITÉ PRÉSENTE ET FUTURE**

Ce cours est assuré en anglais, par un lecteur anglophone. A la fin du second semestre, l'étudiant a suffisamment progressé et mûri dans son projet professionnel pour maîtriser sa future employabilité. Il s'agit de réfléchir, guidé par un lecteur anglophone, aux futurs outils de sa carrière.

- 1- La rédaction du CV en anglais : ses règles diffèrent selon les aires, anglophones ou aires internationales non anglophones.
- 2- La rédaction de la lettre de motivation ou *cover letter* : elle sera rédigée pour un poste spécifique, par un étudiant spécifique.
- 3- Le décryptage des offres d'emploi et la connaissance des sites d'offres (web social et participatif, sites d'entreprises, sites spécialisés, etc.) en contexte national et international. Même si le contrat d'apprentissage conduit à une embauche, il est essentiel pour la future employabilité des étudiants qu'ils sachent chercher des offres d'emploi de manière efficace.
- 4- L'entretien d'embauche : il s'agit sous forme de jeux de rôles et en anglais de filmer les étudiants en position de recruteur ou du candidat à l'embauche, afin qu'ils puissent ensuite observer leur propre langage corporel en situation de tension psychologique et linguistique. La présentation de soi, la mise en valeur du parcours sont étudiées dans le cadre d'une approche interactionnelle (compétence d'action et de communication).
- 5- Les grands principes de la communication en entreprise (correspondance commerciale aujourd'hui, rédaction de courriers types, en fonction des différentes situations propres au secteur textile habillement) et de la communication par vidéoconférence. Le quotidien professionnel des étudiants sera marqué par l'interactivité technologique.

Les étudiants savent que les entreprises s'internationalisent et que leurs futurs emplois les mettront au contact d'équipes venues d'horizons culturels hétérogènes.

Il est donc essentiel, pour leur formation et leur employabilité future, qu'ils aient acquis les savoirs, savoir-faire et savoir-être indispensables aujourd'hui.

## INTERVENANTS

### INTERVENANTS ACADÉMIQUES - UNIVERSITÉ PARIS SORBONNE



- **GENEVIEVE COHEN-CHEMINET**, Professeur d'Etudes Américaines, Université Paris Sorbonne

### INTERVENANTS ACADÉMIQUES - LYCÉE ÉLISA LEMONNIER



- **JEAN-CHRISTOPHE CULERRIER** (connaissance de la mode, vêtement, costume), PROFESSEUR CERTIFIÉ, Lycée Elisa Lemonnier Paris 12°, UE1 (18h sur 30h)
- **CLAIRE MALYSKA** (création, design), PROFESSEUR LYCÉE PROFESSIONNEL, Lycée Elisa Lemonnier Paris 12°, UE2 (15h sur 59,5h)
- **CLAIRE ESSOMBÉ** (conception), PROFESSEUR CERTIFIÉ Lycée Elisa Lemonnier Paris 12°, UE2 (23,5h sur 59,5h)
- **BENOÎT BOUSSAT** (production), PROFESSEUR CERTIFIÉ, Lycée Elisa Lemonnier Paris 12°, UE11 (15h sur 54h)
- **MARIE-NOËLLE BOUTIN-ARNAUD** (sourcing), PROFESSEUR CERTIFIÉ, Lycée Elisa Lemonnier Paris 12°, UE11 (15h sur 54h)
- **CHANTAL DAUBIZIT**, PROFESSEUR CERTIFIÉ, Lycée Elisa Lemonnier, Paris 12°, UE14 (12,5h)

### INTERVENANTS EXTÉRIEURS ET PROFESSIONNELS - UNIVERSITÉ PARIS SORBONNE



**BOÏ-DINH ON**, FORMATRICE ET CONSULTANTE EN MANAGEMENT DE LA CREATION, MARKETING INTERNATIONAL, UE12 (19,5h) Marketing International, UE13 (19,5h) Marketing du luxe.

### CONSEILLERS DU COMMERCE EXTÉRIEUR CONVENTION EN COURS DE SIGNATURE AVEC LE COMITÉ DE PARIS DES CCE DE LA FRANCE

**M. Remy Husson**

LES CONSEILLERS DU COMMERCE EXTÉRIEUR PARTICIPERONT À LA LP MOD SELON CES MODALITÉS :

NATURE DES INTERVENTIONS : PARTAGE D'EXPERIENCE DE 2 H MAXIMUM

PRINCIPE DE GRATUITÉ

ENVIRON 10 INTERVENTIONS PAR ANNEE SCOLAIRE ET PAR ETABLISSEMENT

- 1- PROCÉDURES DOUANIERES DANS LE COMMERCE INTERNATIONAL, UE5,
- 2- LE VIE (VOLONTARIAT INTERNATIONAL EN ENTREPRISE) UBIFRANCE
- 3- LE RÔLE D'UN BUREAU D'ACHAT DANS LE SECTEUR DE LA MODE À L'INTERNATIONAL
- 4- LES MÉTIERS DU COMMERCE EXTÉRIEUR
- 5- LES DISPOSITIFS DE CONQUÊTE DES MARCHES
- 6- L'INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE, LA CONTREFAÇON, LA PROTECTION DES MARQUES
- 7- L'EXPATRIATION EN AMERIQUE DU NORD
- 8- L'EXPATRIATION EN AMÉRIQUE LATINE
- 9- L'EXPATRIATION OCCIDENT – ASIE
- 10- L'EXPATRIATION EN EUROPE CENTRALE ET/OU EUROPE DE L'EST

## **INTERVENANTS EXTÉRIEURS ET PROFESSIONNELS - LYCÉE ÉLISA LEMONNIER**



**SAMIA BARTHELEMY/ DE LA CRÉATION A LA PRODUCTION / QUALITE / MARKETING / FINANCE a travaillé chez Yves SAINT LAURENT, LANVIN, BALMAIN mais aussi JACQUELINE RIU, DDP, SINEQUANONE.**

Industrie de la Mode et du LUXE, UE1 (3h)

Création d'un mood board jusqu'au coût de la collection UE2 (3h)

Le collectionning, UE2 (3h)

Garantir le développement du produit (de la création-conception, jusqu'à la production), UE2 (3h)

Made in France, limite des labellisations, UE11 (3h)

**STÉPHANIE DUBUIS**

**DIRECTION DE PROJET / CRÉATION ET SCÉNOGRAPHIE / FORMATION / RÉDACTION / STYLITE CONSEIL**

Des tendances aux produits, UE2 (3h)

L'identité et la plateforme de la marque, UE2 (3h)

Benchmarking retail et merchandizing, UE14 (3h)

Les métiers du cuir, UE2 (3h)

**FATIMATA SY, CRÉATIONS SUR MESURE – RÉNOVATION / RESTAURATION DE VÊTEMENTS PRIVÉS,**

Des petites entreprises créateurs ; nouveaux modes de distribution et de Développement UE 11 (3h)

Les TPE créateurs qui exportent, UE11 (3h)

Les nouveaux concepts boutique créateurs : polyvalence et multi-arts, UE 14 (3h)

**Mathilde ROS, CHEF DE PRODUIT JUNIOR DPAM – DEPARTEMENT BÉBÉ, COORDINATRICE CRÉATION-PRODUCTION, LES PETITES BOMBES**

Développement de produit en concordance avec la charte qualité, UE2 (3h)

Le métier de chef de produit, UE14 (3h)

**BRUNO BENEDIC, CONSEIL EN DÉVELOPPEMENT DE STRATÉGIES ACCESSOIRES, ET ASSISTANCE AUX DÉPARTEMENTS MARKETING & STYLE**

Tendances et prospectives de mode, UE2 (3h)

Histoire de la mode au XXème siècle, UE1 (3h)

Accessoires, UE2 (3H)

**MARIE-ENA LAVILLE**

**AUTO-ENTREPRENEUR – EX RESPONSABLE DE L'ADMINISTRATION DES VENTES CHEZ CSA INTERNATIONAL**

**ÉDITEUR DE TISSU AMEUBLEMENT HAUT DE GAMME.**

Maîtrise des conditions de vente à l'international (incoterms), UE 11 (3h)

Maîtrise des modes de transport, Calculs et optimisations des coûts de logistique, UE11 (3h)

Approche douanière des opérations, UE11 (3h)

Approche financière des opérations, UE11 (3h)



**Houria GOSSELIN, EXPERT EN MODÉLISME DE MODE,**  
Le bien-aller du vêtement, UE2 (3h)

**Charlotte DURAND, RESPONSABLE DE PRODUCTION SANDRO,**  
Le sourcing, UE11 (3 h)