



VENDÔME
ÉCOLE



RÉFÉRENTIEL DE FORMATION

2026-2027

MBA PRESTIGE BY VENDÔME

**MANAGEMENT,
MARKETING ET LUXE**

BAC+4 · BAC+5 · 2 ANS · 120 ECTS

École Vendôme

84 rue de la Charité, 69002 Lyon

04 78 03 40 36 · contact@ecole-vendome.fr · www.ecole-vendome.fr

FASHIONS FADE, STYLE IS ETERNAL

SOMMAIRE

- I. Présentation du MBA
 - II. Première année — MBA 1
 - III. MBA 1 en alternance et titre REM
 - IV. Deuxième année — MBA 2
 - V. Évaluation et validation
-

I. PRÉSENTATION DU MBA

Le Master : devenez le maître d'œuvre.

Le MBA Prestige de l'École Vendôme forme les futurs managers du secteur du luxe, de la mode et de la beauté. Le programme, en deux ans, combine stratégie, innovation et expertise sectorielle, et s'appuie sur des projets concrets menés pour des marques et maisons du luxe.

Intitulé	MBA Prestige by Vendôme — Management, marketing et luxe
Niveau d'entrée et de sortie	Bac+4 à Bac+5 — diplôme de l'École Vendôme, 120 crédits ECTS
Durée	2 ans — 450 heures de formation en centre par année, réparties sur 12 mois (900 heures au total)
Rythmes	Alternance (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation) ou formation initiale avec stages
Rentrées	Janvier, avril, juillet et octobre ; intégration possible jusqu'à un mois après la rentrée
Admission	Après un bac+3, ou admission parallèle en 2 ^e année ; candidature en ligne, étude du dossier et entretien de motivation ; positionnement à l'entrée
Certification en alternance	MBA 1 : titre professionnel Responsable d'établissement marchand (REM) , RNCP 38666, niveau 6, ministère du Travail MBA 2 : diplôme de l'École (pas de titre professionnel associé)
Certification en formation initiale	Diplôme de l'École Vendôme ; les titres professionnels sont préparés exclusivement en alternance

Première année : stratégie et management du luxe

Acquisition des compétences managériales et stratégiques nécessaires pour piloter une activité dans l'industrie du luxe : stratégie commerciale, marketing et data, transformation digitale, management des équipes et entrepreneuriat. Les étudiants travaillent sur des projets pratiques, tels que le développement de nouveaux concepts de magasins de luxe ou la création d'un pop-up store.

Deuxième année : innovation et développement durable dans le luxe

Approfondissement du management stratégique, avec un accent sur l'innovation et le développement durable : gestion de crise, analyse financière, commerce international du luxe, marketing du luxe, marque et branding. Les étudiants mènent des projets concrets, comme la gestion de crise pour une marque de luxe ou une stratégie d'expansion internationale.

II. PREMIÈRE ANNÉE — MBA 1

MBA 1 · 450 HEURES SUR 12 MOIS

Stratégie commerciale et marketing, transformation digitale, marketing luxe, mode et beauté

Objectifs

- développer des compétences avancées en stratégie commerciale et marketing ;
- comprendre les dynamiques de la transformation digitale ;
- manager des équipes et conduire un projet entrepreneurial ;
- appliquer ces concepts dans le contexte du luxe et de la mode.

En alternance, la première année prépare le titre professionnel

Responsable d'établissement marchand · RNCP 38666 · niveau 6

Module	Heures	Évaluation	Compétences visées
UE 1 — Élaboration de la stratégie commerciale et marketing (180 h)			
Étude de marché, veille et intelligence économique	30 h	Étude de marché	Veille, analyse des marchés, diagnostic interne et externe Application luxe · études de tendances du luxe, analyse de la demande pour les produits de mode et de beauté haut de gamme.
Data marketing	30 h	Cas pratiques	Collecte et analyse de données marketing Application luxe · exploitation des données pour comprendre les comportements d'achat de la clientèle haut de gamme.
Politique et stratégie d'entreprise	30 h	Dossier de politique et stratégie d'entreprise	Fixation d'objectifs, analyse stratégique Application luxe · stratégies pour des maisons de couture, politiques de marques de luxe.
Stratégie marketing	30 h	Plan marketing	Élaboration de plans marketing, stratégie digitale Application luxe · lancements de produits de luxe, positionnement de marques de beauté.
Transformation digitale en entreprise	30 h	Dossier de transformation digitale	Intégration de la technologie dans la stratégie d'entreprise Application luxe · solutions digitales pour l'expérience client en boutique (réalité virtuelle, IA).
Marketing digital approfondi	30 h	Dossier de spécialité	Stratégies de marketing digital avancées Application luxe · campagnes digitales et réseaux sociaux pour des marques de mode et de beauté.
UE 2 — Mise en œuvre de la politique commerciale (270 h)			
Gestion des ressources humaines	40 h	Partiel	Recrutement, évaluation, prévention du stress

Management et communication interculturels	40 h	Étude de cas	Gestion d'équipes multiculturelles, communication
Management de projet entrepreneurial	50 h	Projet de développement commercial	Développement de réseaux commerciaux, business plan Application luxe · nouveaux concepts de magasins de luxe, lignes de produits de beauté innovants.
Entrepreneuriat et création d'entreprise	50 h	Business plan	Planification financière, gestion de projet Application luxe · création d'une marque de mode, lancement d'une entreprise de cosmétiques haut de gamme.
Management RSE, des risques et de la qualité	30 h	Dossier RSE, risques, qualité	Gestion des risques, politique RSE Application luxe · pratiques durables dans les entreprises du luxe, qualité de la production cosmétique.
Projets et cas pratiques : pop-up store luxe, mode, beauté	60 h	Études de cas, projet pratique	Conception, implantation et pilotage d'un point de vente éphémère

Total MBA 1 : UE 1 (180 h) + UE 2 (270 h) = 450 heures.

Projets et dossiers à réaliser

Développement commercial

Plan de développement commercial pour une marque de luxe.

Étude de marché, stratégie marketing

Transformation digitale

Stratégie de transformation digitale pour une entreprise du luxe.

Analyse des besoins, plan de transformation, mise en œuvre

Projet entrepreneurial

Business plan pour une nouvelle entreprise de la mode ou du luxe.

Plan financier, analyse de marché, développement produit

III. MBA 1 EN ALTERNANCE ET TITRE REM

Pour les apprenants en alternance, la première année est articulée avec les trois blocs de compétences du titre professionnel **Responsable d'établissement marchand (REM)**, RNCP 38666, niveau 6, enregistré jusqu'au 03/03/2029 (certificateur : ministère du Travail, du Plein emploi et de l'Insertion).

Bloc de compétences REM	Modules du MBA 1 mobilisés
BC01 — Coordonner et améliorer l'activité commerciale de l'établissement marchand Application luxe · gérer la chaîne d'approvisionnement ; piloter l'offre commerciale ; bâtir et développer l'expérience client	Étude de marché et veille ; data marketing ; stratégie marketing ; transformation digitale ; marketing digital ; projet pop-up store
BC02 — Contribuer aux orientations stratégiques de l'enseigne et optimiser la performance économique Application luxe · orientations stratégiques ; prévisionnels ; analyse des performances et actions correctives	Politique et stratégie d'entreprise ; management de projet entrepreneurial ; entrepreneuriat et business plan ; management RSE, des risques et de la qualité
BC03 — Manager les salariés de l'établissement marchand Application luxe · recrutement et intégration ; performance collective et individuelle ; activité quotidienne et cohésion ; mobilisation sur les projets	Gestion des ressources humaines ; management et communication interculturels ; conduite des projets en équipe

Certification du titre professionnel

Session d'examen organisée selon les règles du ministère chargé de l'emploi, devant un jury de professionnels habilité par la DREETS, d'une durée totale de 6 h 55 : mise en situation professionnelle (4 h 00), entretien technique (1 h 00), questionnaire à partir de productions (1 h 40) et entretien final incluant le dossier professionnel (0 h 15). Le jury attribue le titre complet ou, à défaut, un ou plusieurs certificats de compétences professionnelles (CCP), acquis définitivement.

Le contenu détaillé du titre figure dans le référentiel REM 2026-2027 et sur francecompetences.fr/recherche/rncp/38666.

IV. DEUXIÈME ANNÉE – MBA 2

MBA 2 · 450 HEURES SUR 12 MOIS

Management stratégique, innovation, développement durable, luxe et mode

Objectifs

- approfondir les compétences en management stratégique ;
- promouvoir l'innovation et le développement durable dans le luxe ;
- appliquer la gestion et la stratégie au contexte du luxe et de la mode.

La deuxième année conduit au **diplôme de l'École Vendôme**, en alternance comme en formation initiale ; elle ne prépare pas de titre professionnel.

Module	Heures	Évaluation	Compétences visées
UE 3 – Management stratégique et opérationnel (236 h)			
Stratégie et transformation digitale	40 h	Dossier de transformation digitale	Stratégie de transformation, intégration des technologies Application luxe · expérience client digitale en boutique, technologies dans la production de mode et de beauté.
Innovation et développement durable	40 h	Études de cas en innovation	Gestion de l'innovation, pratiques durables Application luxe · produits de luxe durables, mode éco-responsable, boutique de seconde main de luxe.
Gestion de crise et communication	40 h	Plan de communication de crise	Communication en période de crise Application luxe · crises médiatiques de marques de luxe, rappel de produits de beauté.
Management des ressources humaines	40 h	Partiel	Gestion des talents, développement des compétences Application luxe · recrutement et gestion des talents dans les maisons de couture.
Projets internationaux	40 h	Projet international	Gestion de projets internationaux, adaptation culturelle Application luxe · expansion internationale de marques de mode, collaborations transfrontalières.
Analyse financière et gestion des risques	36 h	Cas pratiques en finance	Analyse des risques financiers, gestion financière stratégique Application luxe · planification financière de lancement de produits haut de gamme.
UE 4 – Spécialisation luxe et mode (214 h)			
Marketing du luxe et de la mode	60 h	Cas pratiques	Stratégies de marketing propres au luxe Application luxe · campagnes pour des marques de mode haut de gamme, branding de produits de beauté.
Gestion de la marque et branding	40 h	Projet de branding	Création et gestion de marques de luxe Application luxe · image de marque des maisons de couture, réputation des marques de cosmétiques.

Commerce international du luxe	40 h	Études de cas	Stratégies d'export et d'import, logistique internationale Application luxe · expansion internationale, chaînes d'approvisionnement des produits de mode et de beauté.
Projets et cas pratiques	74 h	Études de cas, projets pratiques	Application des concepts à des problématiques réelles Application luxe · développement de produits de mode et de beauté.

Total MBA 2 : UE 3 (236 h) + UE 4 (214 h) = 450 heures.

Projets et dossiers à réaliser

Gestion de crise

Plan de gestion de crise pour une entreprise du luxe.

Analyse de la crise, plan de réponse, communication

Innovation durable

Propositions d'innovations durables pour une marque de luxe.

Étude de faisabilité, plan d'innovation, mise en œuvre

Projet international

Stratégie d'expansion internationale pour une marque de luxe.

Marchés cibles, stratégie d'entrée, logistique et distribution

V. ÉVALUATION ET VALIDATION

Modalités d'évaluation

- contrôle continu et partiels trimestriels ;
- dossiers, études de cas et projets pratiques indiqués pour chaque module ;
- soutenances de fin d'année : business plan et dossiers d'UE en MBA 1 ; mémoire de recherche, business plan et dossier d'UE en MBA 2.

Validation du diplôme de l'École

La validation de chaque année suppose une moyenne générale d'au moins 10/20, une note d'au moins 8/20 dans chaque module, une moyenne d'au moins 8/20 à l'écrit et à la soutenance du mémoire comme du business plan, et une assiduité d'au moins 90 %. Les programmes sont traduits en crédits ECTS (60 par année). Les règles de rattrapage, de passage en année supérieure et de délivrance du diplôme figurent dans le règlement intérieur.

Calendrier des rendus

Échéance	Mémoire de recherche	Business plan
2 mois après la rentrée	Problématique et plan	Présentation du projet et de son cadre juridique
4 mois après la rentrée	État de l'art	Présentation des stratégies
7 mois après la rentrée	Rendu final	Rendu final
8 mois après la rentrée	Soutenance orale	Soutenance orale

Les rendus sont adressés au format PDF à bp.memoire@eclyon.fr.

Accessibilité

La formation est accessible aux personnes en situation de handicap ; les aménagements (rythme, supports, épreuves) sont étudiés avec le référent handicap : ressourceshumaines@eclyon.fr.