

Création MSc Affluencers & Luxury business

Rapporteur : Samira Demaria

Porteur de projet : Attanasi Giuseppe (PR-UCA section 5)

Eléments saillants du dossier :

Formation en 2 ans avec sortie à Bac+5, a priori intégralement en anglais.

Formation partiellement accessible à distance

Disciplines : Management et économie

Stage 4 à 6 mois en Année 1 et 4 à 6 mois en années 2 en laboratoire ou entreprise en France ou à l'international.

3 parcours :

- Marketing
- Data
- Le troisième n'est pas précisé

Publics visés : étudiants de master en marketing, data analyst ou économie & professionnels

Ouverture septembre 2021

Effectif attendu année d'ouverture 10 étudiants puis 20 en d'ici 2 à 5 ans

Capacité d'accueil 30 étudiants

L'EUR de rattachement n'est pas précisé, je suppose ELMI mais pas précisé.

- Pertinence de la formation : inscription dans la politique d'établissement (partie « intégration » dans la fiche de vie), contexte global de la formation (cohérence entre les objectifs, les données de professionnalisation et d'adossé recherche et les éléments de la fiche financière), attractivité potentielle (au regard notamment des effectifs passés)

L'objectif est à la fois de renforcer la compréhension du marché spécifique du consommateur de luxe et de développer une capacité à exercer de manière critique et informée des compétences clés dans un champs concurrentiel solide. Ce master formera des spécialistes du consommateur de luxe qui auront 2 profils : marketing ou analyste

Ce diplôme peut parfaitement s'insérer dans l'écosystème socio-économique de la région, en effet l'économie du luxe est particulièrement développée. Le porteur de projet fait référence à un partenariat avec la ville de Cannes sans donner plus de précision, mais au regard des marchés locaux,

l'étude des consommateurs du secteur du luxe (tourisme, hôtellerie, restauration, congrès, shopping...) semble un domaine porteur.

A ma connaissance, il n'y a pas de formation similaire dans UCA, en effet l'association entre les techniques du marketing (gestion) et les techniques de prévisions comportementales (économie) sont la force de cette proposition.

Ce diplôme pourrait être attractif pour les étudiants issus de master ou licence et pour les professionnels. En effet, connaissant un peu la filière du tourisme, j'ai déjà plusieurs fois entendu parler de la volonté de créer un diplôme consacré au marketing du luxe au regard des attentes du tissu socio-économique, cette formation peut donc trouver un débouché.

- Description des modalités de formation et avis sur leur pertinence au regard des objectifs de la formation

La formation est axée sur 4 semestres : S1 et S3 : séminaires / S2 et S4 : Stage

Il existe des options qui doivent être choisies par les étudiants mais qui peuvent, si j'ai bien compris, aussi faire l'objet d'un module indépendant pour des professionnels.

L'alternance université terrain est pertinente.

Il est indiqué que les stages peuvent être réalisés en entreprises ou laboratoires. Au premier abord, je ne vois pas l'intérêt pour l'étudiant d'un stage dans un laboratoire de recherche. Ce point méritera d'être explicité.

Remarques :

Vérifier la cohérence du volume horaire entre la fiche maquette et le l'onglet de présentation de la formation année 268 ou 288h.

Fiche maquette : semestre 3 le total des Heures CM (288) me semble ne pas correspondre au total de chaque UE

Fiche soutenabilité : pareil les volumes horaires donnés en CM dans les pages précédentes sont passés en HEQTD mais je ne comprends pas le calcul car 268hCM ne correspond pas à 396h TD

A vérifier car la marge de soutenabilité est faible ...

- MCC : Si les MCC sont absentes le signaler, sinon les étudier en suivant le guide des MCC

Les MCC sont présentes.

Le diplôme est en contrôle continu intégral.

- Analyse de la composition de l'équipe pédagogique (équilibre titulaires-vacataires, si déséquilibre dans quel sens et raisons si majorité de vacataires)

L'équipe pédagogique est équilibrée en termes de diversité des enseignants :

10 Enseignants chercheurs (ELMI, SKEMA, EDHEC, CHU) pour 626h

10 professionnels pour 366h

- Avis sur un éventuel déficit en fonction des autres indicateurs (objectifs, public, place du numérique, évaluation de la formation, partenariat)

La formation est prévue en hybride avec une majorité de présentiel en fonction de la situation sanitaire.

La place du numérique n'est pas particulièrement développée.

- Equilibre du budget (étudier le budget en fonction de l'équipe pédagogique : l'équipe donnée correspond-elle aux dépenses de la fiche financière) (nb titulaires vs professionnels)

Le tableau de soutenabilité est présenté avec un effectif de 30 étudiants (soit la capacité max)

Pas d'autre recettes que les droits d'inscription

Sur la simulation présentée l'excédent est de 3 370€.

La formation est soutenable si et seulement si il y a un nombre suffisant d'inscrits et que ces derniers entrent dans les niveaux des DI présentés (par exemple 5 étudiants internationaux et 9 de la catégorie 3...)

**- Convention (notamment en cas de financements extérieurs en cohérence avec la fiche financière)
Si une convention est fournie dans le dossier, elle doit reprendre les éléments décrits dans la fiche et annexes.**

Je n'ai pas vu de convention.

Un partenariat est évoqué avec le CNRS et l'INRIA mais pas d'information sur ce point.

Avis du rapporteur sur le projet dans sa globalité :

Avis favorable sous réserve de soutenabilité s'il y a moins de 30 étudiants.

Je conseillerai au porteur de formation de se rapprocher de l'IAE et du GRM dont l'un des axes d'enseignement et de recherche est justement le marketing dont le marketing du luxe pour certains chercheurs, il pourrait y avoir des interactions intéressantes entre deux composantes d'UCA

Samira Demaria

