

**CONSEIL D'ADMINISTRATION  
DE L'ÉTABLISSEMENT EXPERIMENTAL  
UNIVERSITE COTE D'AZUR**

**SEANCE DEMATERIALISEE DU 11 MARS 2021**

**DELIBERATION N° 2021-015**

**Objet : Création du Diplôme d'Établissement MSc Affluencers & Luxury Business.**

**LE CONSEIL D'ADMINISTRATION DE L'ÉTABLISSEMENT EXPERIMENTAL UNIVERSITE CÔTE D'AZUR**

Vu le Code de l'Éducation et notamment son article L613-2 ;  
Vu l'ordonnance n°2014-1329 du 6 novembre 2014 relative aux délibérations à distance des instances administratives à caractère collégial et notamment son article 4 I ;  
Vu l'ordonnance n°2018-1131 du 12 décembre 2018 relative à l'expérimentation de nouvelles formes de rapprochement, de regroupement ou de fusion des établissements d'enseignement supérieur et de recherche ;  
Vu le décret n°2014-1627 du 26 décembre 2014 relatif aux modalités d'organisation des délibérations à distance des instances administratives à caractère collégial ;  
Vu le décret n°2019-785 du 25 juillet 2019 portant création d'Université Côte d'Azur et approbation de ses statuts et notamment son article 44 ;  
Vu le règlement intérieur d'Université Côte d'Azur ;  
Vu la délibération n°2020-01 du 9 janvier 2020 du Conseil d'Administration d'Université Côte d'Azur portant élection de M. Jeanick BRISSWALTER en qualité de Président d'Université Côte d'Azur ;  
Vu l'arrêté n°149-2020 du 3 février 2020 portant délégation de signature du Président d'Université Côte d'Azur à M. Marc DALLOZ, Vice-président du Conseil d'Administration d'Université Côte d'Azur ;  
Vu la délibération n°2020-97 du 4 septembre 2020 du Conseil d'Administration d'Université Côte d'Azur portant sur les modalités d'organisation à distance des délibérations des instances collégiales d'Université Côte d'Azur ;  
Vu l'avis favorable du Conseil Académique d'Université Côte d'Azur du 16 février 2021 ;  
Vu l'ensemble des pièces transmises aux membres ;

**Entendu** l'exposé de M. Pascal CREMOUX, Directeur des Etudes et de la Formation.

**APPROUVE** la création du Diplôme d'Etablissement MSc Affluencers & Luxury Business tel qu'annexé à la présente délibération.

**Cette délibération est adoptée à la majorité des voix, 14 voix pour, 8 voix contre et une abstention.**

Membres en exercice : 40

Quorum : 21

Membres présents et représentés : **23**

Fait à Nice, le 11 mars 2021

Pour le Président d'Université Côte d'Azur  
et par délégation,  
Le Vice-Président  
Conseil d'Administration  
Marc DALLOZ

CLASSEE AU REGISTRE DES ACTES SOUS LA REFERENCE : **2021-015**  
TRANSMISE AU RECTEUR, CHANCELIER DES UNIVERSITES LE : **25 MAR, 2021**  
PUBLIEE SUR LE SITE INTERNET D'UNIVERSITE COTE D'AZUR LE :

MODALITES DE RECOURS CONTRE LA PRESENTE DELIBERATION :

***En application de l'article R. 421-1 du code de justice administrative, le Tribunal administratif peut être saisi par voie de recours formé contre la présente délibération, et ce dans les deux mois à partir du jour de sa publication et de sa transmission au Recteur, en cas de délibération à caractère réglementaire.***

**PRESENTATION DE LA FORMATION**

**3.1. Objectifs de la formation**

Indiquez :

- les objectifs spécifiques de la formation
- les connaissances et compétences attendues des étudiants à l'issue de la formation (sous forme d'une fiche RNCP pour les formations souhaitant bénéficier des fonds de la formation professionnelle et continue).
- Lien avec les axes stratégiques Recherche, le cas échéant.

**1/ Les objectifs spécifiques de la formation**

Ce programme de formation innovant est développé en réponse à un marché en pleine transformation digitale. La formation Affluencers est destinée aux étudiants nationaux et internationaux ainsi qu'aux professionnels du secteur du luxe, ayant des fonctions managériales débutantes ou intermédiaires. Il s'agit d'une formation par projet pour créer de l'expertise et de la valeur économique à partir de l'analyse intelligente des données relative à la clientèle haut de gamme sur les réseaux sociaux. L'objectif principal est de renforcer la compréhension de l'écosystème spécifique à l'univers du luxe par une approche nouvelle validée par le marché celle de l'étude du consommateur de luxe et de les aider à mettre en place des pratiques de travail dédiées au marché du luxe basé sur la donnée. L'objectif est également de permettre l'acquisition d'une double compétence pour des étudiants déjà titulaires d'un master en économie, en data analyst ou en marketing. Ce master orienté Data, avec une coloration Glamtech digital analysis skills/Glamtech Digital & business skills permettra d'approfondir la connaissance de la clientèle haut-de-gamme afin de procéder à des analyses prédictives des comportements, des tendances du marché du luxe et des performances des campagnes associées. L'objectif final de ce MSc est de réaliser une expérience entrepreneuriale forte grâce à un semestre consacré à un projet en lien avec une marque. La deuxième année sera consacrée à l'expérience de la création accompagnée d'une startup en équipe.

**2/ Les connaissances et compétences attendues**

D'abord basé sur des modules fondamentaux qui apportent des connaissances sur les consommateurs leur segmentation, l'usage et l'analyse des données cette formation ouvre permet d'approfondir la connaissance de la clientèle haut-de-gamme afin de procéder à des analyses prédictives des comportements, des tendances et des performances des campagnes. Les titulaires du diplôme seront capables de :

- mettre en place des pratiques d'étude sur le marché du Luxe (à différentes échelles)
- élaborer des pratiques de création de valeur sur le marché du luxe
- développer des projets (code ROME M1402 : Conseil en organisation et management d'entreprisecode NSF 310-312-320).
- apporter des compétences expertes sur les approches et comportements des consommateurs plus spécifiquement dans le domaine du Luxe
- Intégrer des compétences spécifiques en Glamtech Digital Business & Marketing skills ou au Glamtech digital analysis skills sur l'ensemble des axes pré-cités.
- Décoder les tendances de consommation, concevoir et piloter une politique de Glamtech/social média dans l'industrie du Luxe.

Cette formation aidera également les professionnels à progresser dans leurs fonctions, par le biais de modules ouverts à la carte en formation continue sur les derniers apports de la recherche dans ce secteur.

Dans le parcours Glamtech Digital Business & Marketing skills, les étudiants seront capables à l'issue de la formation de comprendre et maîtriser les enjeux relatifs à la décision du consommateur via le big data.

Dans le parcours Glamtech digital analysis skills, les étudiants sauront exploiter les données brutes, analyser/modéliser les données, présenter les conclusions de l'analyse et proposer des recommandations sur le marché du luxe.

**3/ Lien avec les axes stratégiques Recherche**

La formation s'adosse à des sujets de recherche qui se définissent par l'analyse à partir des données issues des réseaux sociaux de 3 notions connexes :

- Des critères qui permettent de qualifier les affluent millenials et leur système d'influence
- Des concepts (issus des publications) qui permettent de définir les tendances de consommation des affluent millenials
- Ecosystème des entités (marques) et personnes (personnalités) qui font l'objet des discussions des affluent millenials

recherche transdisciplinaire : DATA anlyse, économie comportementale, nudge

Les laboratoires engagés sur les thématiques sur lesquelles s'adosent cette formation travaillent sur les axes suivants : traitement automatique du langage naturel (WIMMICS), analyse des images et des vidéos, analyse des émotions (STARS INRIA) analyse des comportements économiques (GREDEG) le marketing (GRM)

Se

Indiquez :

- les objectifs spécifiques de la formation
- les compétences attendues des étudiants à l'issue de la formation (sous forme d'une fiche RNCP pour les formations souhaitant bénéficier des fonds de la formation professionnelle et continue).

**1/ Les objectifs spécifiques de la formation :**

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 MSc formera des spécialistes du consommateur de luxe.

**2/ Les compétences attendues des étudiants à l'issue de la formation :**

Le programme de formation est axé sur la connaissance et la mise en pratique de connaissance des segments de consommateurs de luxe. A l'issue de la formation, les participants auront acquis :

- Une compréhension approfondie du marché du luxe. L'identification des Affluencers et leur système d'influence, la prédiction des comportements économiques de ce segment de population, la compréhension des émotions.
- Une compréhension approfondie des pratiques et des mécanismes de consommation, ainsi qu'une réflexion sur les stratégies pour les marques et les investisseurs ;
- Une capacité de réflexion afin d'exercer efficacement auprès de l'industrie du luxe ;
- Une vision multidisciplinaire et internationale sur ce sujet, grâce à des interactions avec des experts de haut niveau de différents pays et grâce à des opportunités d'expériences s'inscrivant dans une démarche de professionnalisation.

**3.3. Organisation pédagogique**

- Commentaires explicitant la cohérence des contenus, l'articulation des unités d'enseignements et le choix de l'équipe pédagogique au regard des objectifs.
- La maquette des enseignements ainsi que la liste des intervenants seront fournis dans l'annexe "Fiche Maquette" et l'onglet 4

**1/ Commentaire sur la cohérence des contenus :**

Le contenu de la formation a été élaborée en lien avec des experts/professionnels. En considération des objectifs attendus en terme de compétences la formation combine des fondamentaux et des spécialisations, des périodes de stages ou expériences sur la base de projets réels importantes pour garantir une adéquation des savoirs à la pratique. Le premier semestre commence en septembre et s'achève en avril sur une période de stage ou de projet de 4 à 6 mois en laboratoire, en entreprise au sein d'une startup en france ou à l'international ou sur un projet en lien avec une entreprise. Cette formation sera mise en oeuvre par l'étudiant dans le cadre du montage d'un projet de startup tutoré la deuxième année. Les stagiaires développeront un projet en équipe avec le soutien d'un expert référent intervenant dans le programme d'Université Côte d'Azur. Une large place est faite aux intervenants professionnels de renom et de très haut niveau.

**2/ Programme :**

ANNEE 1 :

UE1) Fondamentaux Consumer Analytics

UE2) Analyse des Affluent Millenials 1

UE3) Data analysis fondamentals 1

UE4) Glamtech Digital

Internship OU Data driven brand collaboration

ANNEE 2 :

UE1) Approfondissement Consumer Analytics

UE2) Affluent Millenials 2

UE3) Data Analysis 2

UE4) Affluent Millennials Startup Bootcamp

Internship OU Datalab OU projet startup

**3.4. Modalités d'enseignement**

- Les modalités d'enseignement mises en place : formation en présentiel, à distance, hybride.
- Les rythmes de formation (alternance, séquences de cours groupés, cours du soir, séance de regroupement...)
- L'adaptation à un public spécifique

**1/ Les modalités d'enseignement mises en place :**

formation hybride en priorité en présentiel. La formation est 100% en anglais. Un bon niveau d'anglais est un pré-requis pour l'entrée en formation. Au contenu pédagogique décidé sous forme de séminaire (CM) seront ajoutés des études de cas, de la co-construction de projets mêlant les spécialités et des sessions de mises en pratiques intégrés au Cours magistraux. La petite taille des groupes encouragera les discussions et la participation. Des séances dirigées par un mentor auront pour objectif de développer les capacités de réflexion des participants et la mise en perspective des concepts développés dans les cours et les pratiques qui forment le vécu des participants. Ces différents formats visent à développer des opportunités de relations durables entre pairs.

**2/ Les rythmes de formation :**

La formation complète comprendra pour l'étudiant 228 heures de séminaires en année 1 et 252 heures de séminaires sur l'année 2, chaque année comprendra un stage ou un projet de 4 à 6 mois encadré par un expert référent intervenant dans la formation Université Côte d'Azur. Sur chaque période de projet ou stage, 50h de mentoring sera mis en place pour assurer le suivi des étudiants par les professionnels avec un coaching en mode gestion de projet pouvant aussi être personnalisé.

**3/ L'adaptation à un public spécifique :**

La formation est destinée à la fois à des étudiants internationaux et nationaux, mais également aux professionnels du secteur avec des fonctions managériales débutantes ou intermédiaires. Les participants doivent donc avoir une position dans leur organisation qui répond à un certain nombre de pré-requis pour suivre les modules ou la formation dans son intégralité. La formation s'adapte le cas échéant à des publics en situation de handicap ou aux étudiants bénéficiant d'aménagements spécifiques (sportifs de haut niveau, étudiants entrepreneurs, erasmus)

**3.5 Positionnement et valeur ajoutée de la formation**

- Le positionnement et la valeur ajoutée de la formation au sein de l'établissement dans un ou plusieurs champs
- La liste des formations de niveau équivalent, proches thématiquement, dans l'environnement régional (et dans certains cas dans l'environnement national ou international) en indiquant comment s'organise, s'il y a lieu, la coopération de ces formations dans un souci de lisibilité de la carte territoriale des formations.

**1/ Le positionnement et la valeur ajoutée de la formation au sein de l'établissement dans un ou plusieurs champs :**

Il n'existe aucune formation comme celle-ci au sein d'UCA. Toutefois, elle s'insère dans un écosystème cohérent pour accueillir ce genre de formations.

**2/ La liste des formations de niveau équivalent, proches thématiquement, dans l'environnement régional, national et international :**

Il n'existe que de rares formations diplômantes de ce type en Europe. Des collaborations inter-universités à l'international sont envisagées pour la conception et la diffusion des modules.

La formation mettra également en évidence des partenariats pédagogiques associant le CNRS et Inria dans un premier temps

**3.6. Public visé et effectifs attendus**

La formation est destinée aux étudiants nationaux et internationaux diplômés en licence/bachelor business, marketing, data scientist, analystes et tous profils d'étudiants entrepreneurs, ainsi qu'aux professionnels du secteur. Seront aussi admis à candidater les bachelors, et profils écoles de commerce suivant le cursus et le background. Les cadres débutants ou intermédiaires seront le groupe cible initial du projet pour la partie modulaire.

La formation envisage un effectif de 20 étudiants approximativement par parcours d'ici 2 à 5 ans. Un effectif de 20 à 30 étudiants est attendu en année d'ouverture ☐

**3.7. Liens avec le monde socio-économique :**

- Préciser les partenariats participant à la mise en place de la formation et leurs modalités.

Ce programme de formation innovant et avancé répond aux besoins des professionnels du secteur et n'existe pas dans le périmètre régional.

Des partenaires professionnels seront donc intégrés dans la maquette afin de créer un lien perenne avec cette formation et d'assurer le lien avec le monde de l'entreprise, à l'international. Un premier partenariat a permis de co-construire la maquette avec le groupe Launchmetrics qui est leader mondial dans le domaine de l'analyse de données d'influence sur les réseaux sociaux dans les secteurs du luxe et de la mode. Le siège social de l'entreprise est à New York, et son PDG est Cannois et s'intègre clairement dans ce projet d'envergure avec UCA, soutenu par la ville de Cannes. La principale composante du projet est évidemment l'intelligence artificielle et les data sciences, en très forte connexion avec les travaux de l'INRIA (2 porteurs de Chaires 3IA sont parties prenantes).

Afin de garantir un dialogue riche et constructif entre académiques et experts, garant de la pertinence et de la cohérence de la formation (cf. 3.3), un comité de pilotage composé de notre partenaire professionnel fort et des responsables pédagogiques de la formation est mis en place afin de suivre la mise en oeuvre et d'assurer un suivi qualitatif. Le réseau professionnel pré-identifié sera notamment associé à la construction de projets tout au long du cursus et au suivi des stages, mais interviendra également dans les séminaires.

La formation est donc montée en partenariat avec la ville de CANNES dont l'objectif est de compléter un développement économique largement basé aujourd'hui sur une activité touristique et de congré. Cette formation fortement soutenue par la Ville de Cannes s'intègre donc dans un écosystème territorial qui regroupe les univers du tourisme, de la mode, du luxe, de la beauté et de l'art de vivre à la française.

**3.8. Suivi de formation**

- Préciser les événements liées à cette formation (date de création, modification, etc.)

Date de création : février 2021

La première session de formation débutera en septembre 2021, selon un format présentiel. Au regard des contraintes sanitaires, il reste envisageable d'ouvrir cette formation en hybride ou en distanciel.

FICHE DE SELECTION			
Date d'ouverture de la campagne :	FEVRIER		
Date de fermeture de la campagne :	MAI		
Date prévisionnelle de la commission de sélection :	commission au fil de l'eau		
Capacité d'accueil :	30,00		
PIECES CONSTITUTIVES DU DOSSIER		CRITERES D'APPRECIATION	
Relevé de notes du baccalauréat :	Non		
Relevé de notes des études supérieures :	Oui	Matières examinées :	Ce master est destiné à accueillir des étudiants provenant de différents horizons disciplinaires, aussi ce qui sera analysé est le niveau général de l'étudiant au vu des résultats.
Lettre de motivation et descriptif du projet professionnel :	Oui		Cohérence entre le diplôme envisagé et le descriptif du projet professionnel. Qualité rédactionnelle (orthographe, défaut de structure ou de syntaxe). Cohérence de la réflexion (développement de l'argumentaire).
Curriculum Vitae détaillé :	Oui		Élément de synthèse permettant de découvrir les compétences utiles acquises dans le cadre d'expériences précédentes et actuelles, et de cerner des éléments de personnalité du candidat.
Lettres de recommandation :	Oui	Obligatoire	Pour les professionnels
Niveau de langue en français pour les candidats titulaires d'un diplôme étranger :	Non		
Niveau de langue en anglais :	Oui	Obligatoire	Niveau CECRL attendu : B2
Productions personnelles (dossier, bibliographie, mémoire, etc.)	Non		
Justificatifs d'expérience professionnelle :	Oui	Facultatif	Ce sera apprécié en tant qu'élément complémentaire permettant d'apprécier l'adaptation du profil aux exigences du diplôme.
Document attestant d'une compétence complémentaire :	Non		
Autre document (précisez): DERNIER DIPLÔME OBTENU	Non		
Entretien Oral :	Oui		L'entretien oral fait suite à une phase de présélection sur dossier. Il permet d'apprécier les qualités du candidat sur leur savoir être, l'expression, la clarté et la cohérence du projet et du raisonnement, le degré de motivation du candidat et la pertinence des réponses supposant une préparation à cet entretien.

FICHE DE SOUTENABILITE					
Intitulé du diplôme :	#REF!	Les cases en jaune sont à renseigner pour le calcul de la soutenabilité			
Composante :	#REF!				
Champ :	#REF!				
Niveau de sortie (L, M, D, Autre) :	#REF!				
Détermination des droits d'inscription					
Droits systématiques :	57 €	Ne rentrent pas dans le calcul d'autofinancement de la formation			
Droit d'inscription n°1 (DI 1):	243 €	Précisez pour quels types d'apprenants cela s'applique :	ères sociaux étudiants français et européens (revenu brut global de r		
Droit d'inscription n°2 (DI 2):	2 443 €	Précisez pour quels types d'apprenants cela s'applique :	sociaux étudiants français et européens (revenu brut global de référe		
Droit d'inscription n°3 (DI 3):	6 943 €	Précisez pour quels types d'apprenants cela s'applique :	diants français et européens avec revenu brut global de référence su		
Droit d'inscription n°4 (DI 4):	11 943 €	Précisez pour quels types d'apprenants cela s'applique :	rnationaux et étudiants sponsorisés		
Droit contrat d'apprentissage :					
Droit formation continue :	12 000 €				
Equilibre financier					
	Nombre d'apprenants	Recettes DI	Autres recettes		
Nb d'apprenants DI 1:	10	2 430 €	Subventions:	Précisez les sources :	
Nb d'apprenants DI 2:	7	17 101 €	Conventions :	Préciser les sources :	
Nb d'apprenants DI 3:	7	48 601 €	Taxe d'apprentissage :		
Nb d'apprenants DI 4:	6	71 658 €	Autres :	Précisez les sources :	
Nb d'apprenants contrat d'apprentissage :					
Nb d'apprenants formation continue :					
<b>TOTAL RECETTES DI:</b>		<b>139 790,00 €</b>	<b>TOTAL RECETTES AUTRES:</b>	<b>- €</b>	
Dépenses	Nombre d'HEQTD	% non mutualisés	Coût affecté		
<b>Coût des heures de formation</b>	<b>720,00</b>		<b>36 598 €</b>		
H. assurées par des permanents	324,00	100%	13 919 €		
H. assurées par des vacataires	396,00	100%	22 679 €		
<b>Encadrement et coordination</b>	<b>Nombre d'HEQTD</b>	<b>% pour la formation</b>	<b>8 420 €</b>		
Suivis des projets tuteurés et/ou des stages et alternants	100,00	100%	4 296 €		
Autres frais de coordination	48,00	100%	2 062 €		
PRP/PCA (personnel permanent)	48,00	100%	2 062 €		
<b>Coût personnel en soutien</b>	<b>Nombre d'ETP</b>	<b>% pour la formation</b>	<b>55 000 €</b>		
Recherche et mise en œuvre de R. P.	0,25	100%	15 000 €		
Suivi et gestion spécifique des étudiants	0,75	100%	30 000 €		
Participation à la gestion de la formation	0,25	100%	10 000 €		
<i>dont personnel payé en central/org. Extér.</i>			- €		
<b>Coût de fonctionnement spécifique</b>	<b>Montant</b>	<b>% pour la formation</b>	<b>28 000,00 €</b>		
Fournitures spécifiques diverses	15000,00	100%	15 000,00 €		
déplacements des intervenants	10000	100%	10 000,00 €		
Frais de réception	3000	100%	3 000,00 €		
Autres prestations			- €		

<b>Recettes :</b>	<b>139 790 €</b>	
<b>Dépenses :</b>	<b>128 018 €</b>	
<b>Equilibre :</b>	<b>11 772 €</b>	<b>La formation est autofinancée</b>



## Fiche Maquette DU/DIU/DE : Affluencers & Luxury business

UE DISCIPLINAIRES		Nombre à choisir par l'étudiant						
Intitulé UE (précisez si obligatoire) / PARCOU	ECTS	Intitulé des matières (Eléments constitutifs d'UE – ECUE)	Coeff. des ECUE	Heures CM	Heures TD	Heures TP	Capitalisable (O/N)	Mutualisée ?(précisez avec quelle formation)
<b>UE1) Internship OU Data driven collaboration</b>	30		1				N	
		Mentoring			50			
		Collaborative project with luxury industry	1	6				
		brand launching or diversification	1	6				
		Identify and interact with affluencers	1	6				
		Virtual challenge, avatar & algorithm	1	18				
<b>TOTAUX</b>	<b>30</b>			<b>36</b>	<b>50</b>			

## Fiche Maquette DU/DIU/DE : Affluencers & Luxury business

UE DISCIPLINAIRES		à choisir par l'étudiant					
Intitulé UE (précisez si obligatoire) / PARCOURS	ECTS	Intitulé des matières (Eléments constitutifs d'UE – ECUE)	Coeff. des ECUE	Heures CM	Heures TD	Capitalisable (O/N)	Mutualisée ?(précisez avec quelle formation)
<b>UE1) Consumer Analytics fundamentals 2</b>	<b>7</b>			<b>36</b>		<b>N</b>	
		Customer-centric social strategies 2	1	12			
		Digital global expenses 2019: analysis and discussion	1	12			
		Consumer analytics: Budgets and ROI	1	12			
<b>UE2) Affluent Millenials fundamentals 2</b>	<b>7</b>			<b>42</b>		<b>N</b>	
		Affluent Millenials behaviors: strategic analysis	1	12			
		Economic estimation of affluent millenials' relationships	1	12			
		Western vs Middle East vs Asian Millenials 2	1	18			
<b>UE3) Data analysis fundamentals 2</b>	<b>7</b>			<b>48</b>		<b>N</b>	
		Happenstance data, Survey data and Natural Experiments	1	12			
		Big data techniques for social media interaction and trading	1	12			
		Machine learning: comparison predictions vs real data	1	12			
		Using data for forecasting future trends	1	12			
<b>UE4) Affluent Millennials Startup Bootcamp</b>	<b>9</b>			<b>90</b>		<b>N</b>	
		Meet the makers	1	6			
		Business angels and venture capital	1	6			
		The pitch of your life	1	12			
		Financial Plan & KPI	1	18			
		Plateforms & formats	1	10			
		Brand positioning, mapping and activation	1	18			
		Virtual Reality and Augmented Reality	1	10			
		Tools framework	1	10			
<b>TOTAL UE</b>	<b>30</b>			<b>216</b>			
<b>TOTAL SEM1+SEM2</b>	<b>30</b>			<b>252</b>	<b>50</b>		



## Fiche Maquette DU/DIU/DE : Affluencers & Luxury business

UE DISCIPLINAIRES	Nombre à choisir par l'étudiant							
Intitulé UE (précisez si obligatoire) / PARCOURS	ECTS	Intitulé des matières (Eléments constitutifs d'UE – ECUE)	Coeff. des ECUE	Heures CM	Heures TD	Heures TP	Capitalisable (O/N)	Mutualisée ?(précisez avec quelle formation)
<b>UE1) Internship OU Datalab OU projet startup</b>	<b>30</b>		<b>1</b>				<b>N</b>	
		Mentoring			50			
		Live your playbook		6				
		Understanding the Startup ecosystem		6				
		Build your pitch workshop		6				
		Virtual challenge, avatar & algorithm		18				
<b>TOTAUX</b>	<b>30</b>			<b>36</b>	<b>50</b>			