

Mastère Spécialisé Stylisme de Mode

The Design Society



tech Euromed
University



Mastère Spécialisé Stylisme de Mode

- » Modalité : en ligne
- » Durée : 12 mois
- » Diplôme : TECH Euromed University
- » Accréditation : 60 ECTS
- » Horaire : à votre rythme
- » Examens : en ligne

Accès au site web : www.techtitute.com/fr/design/master/master-stylisme-mode

Sommaire

01

Présentation du
programme

page 4

02

Pourquoi étudier à TECH?

page 8

03

Programme d'études

page 12

04

Objectifs pédagogiques

page 26

05

Opportunités de carrière

page 30

06

Méthodologie d'étude

page 34

07

Diplôme

page 44

01

Présentation du programme

La Mode se présente comme un phénomène transversal qui intègre l'art, la communication, l'industrie et la technologie. Dans cet univers, le stylisme apparaît comme une discipline clé pour interpréter les tendances, construire des récits visuels et renforcer les identités. Selon l'UNESCO, les secteurs culturels et créatifs génèrent près de 30 millions d'emplois dans le monde, la Mode étant l'un de leurs piliers les plus dynamiques. C'est pourquoi TECH Euromed a développé cette proposition académique de pointe, visant à développer une vision contemporaine de ce monde unique. Tout cela, à partir d'une méthodologie 100 % en ligne, basée sur l'excellence et l'innovation. Ainsi, les professionnels auront accès à des contenus actualisés et guidés par des spécialistes, dans un environnement numérique prestigieux et rigoureux sur le plan académique.



“

Un programme complet et 100 % en ligne, unique à TECH Euromed et avec une perspective internationale soutenue par notre affiliation à The Design Society"

Le Stylisme de Mode est aujourd'hui un outil stratégique qui dépasse le domaine de l'habillement pour devenir un langage visuel capable de construire des discours, des influences et des valeurs. Dans un contexte où convergent l'industrie culturelle, les réseaux sociaux, l'art et la technologie, les professionnels du secteur sont confrontés au défi de maîtriser une discipline en constante évolution. À cela s'ajoute la demande croissante de profils polyvalents, capables d'intégrer des concepts esthétiques, des récits visuels et des tendances mondiales avec une approche créative et technique.

Dans ce contexte, TECH Euromed a conçu ce Mastère Spécialisé en Stylisme de Mode comme une opportunité académique qui répond aux défis actuels de ce domaine dans une perspective globale. Grâce à un programme d'études rigoureux, les nouvelles applications dans les domaines de l'édition, du cinéma, des défilés, des médias numériques et des réseaux sociaux seront abordées. L'accent sera également mis sur des thèmes tels que l'utilisation des références culturelles, la gestion de l'image personnelle ou d'entreprise, l'analyse des tendances et les techniques de composition visuelle, la colorimétrie, la direction artistique et la durabilité dans la Mode.

Cette formation universitaire sera dispensée selon une méthodologie 100 % en ligne qui permet d'accéder au contenu à tout moment et depuis n'importe quel appareil. De même, la méthode *Relearning* sera intégrée, axée sur l'optimisation de l'acquisition des connaissances par la répétition contextualisée, facilitant une expérience académique efficace, flexible et alignée sur les exigences du monde professionnel actuel.

Grâce à la collaboration de TECH Euromed avec **The Design Society (DS)**, l'étudiant fera partie d'une communauté mondiale dédiée à la conception et à son étude. Il pourra accéder à des publications en libre accès et participer à des événements collaboratifs. En outre, l'adhésion contribue à la maintenance de la société et de ses plateformes, facilitant l'interaction et l'accès à des ressources spécialisées pour le développement professionnel dans le domaine du design.

Ce **Mastère Spécialisé en Stylisme de Mode** contient le programme universitaire le plus complet et le plus actualisé du marché. Ses caractéristiques sont les suivantes :

- ♦ Le développement de cas pratiques présentés par des experts en Stylisme de Mode
- ♦ Les contenus graphiques, schématiques et éminemment pratiques de l'ouvrage fournissent des informations scientifiques et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- ♦ Exercices pratiques permettant de réaliser le processus d'auto-évaluation afin d'améliorer l'apprentissage
- ♦ L'accent est mis sur les méthodologies innovantes dans le domaine du Stylisme de Mode
- ♦ Cours théoriques, questions à l'expert, forums de discussion sur des sujets controversés et travail de réflexion individuel
- ♦ La possibilité d'accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



Vous gérerez l'image des marques de Mode en devenant un élément clé au sein des équipes créatives. Qu'attendez-vous pour vous inscrire et appliquer des techniques de Stylisme adaptées aux outils numériques ?

“

Vous mettrez en œuvre des pratiques stylistiques idéales dans l'environnement numérique, en intégrant des critères éthiques liés à la durabilité, à l'identité culturelle et à la représentation visuelle”

Le corps enseignant comprend des professionnels du domaine du Stylisme de Mode, qui apportent à ce programme leur expérience professionnelle, ainsi que des spécialistes reconnus issus de sociétés de référence et d'universités prestigieuses.

Son contenu multimédia, développé avec les dernières technologies éducatives, permettra au professionnel un apprentissage situé et contextuel, c'est-à-dire un environnement simulé qui fournira un étude immersif programmé pour s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est axée sur l'Apprentissage par les Problèmes, grâce auquel l'étudiant doit essayer de résoudre les différentes situations de la pratique professionnelle qui se présentent tout au long du programme académique. Pour ce faire, le professionnel aura l'aide d'un système vidéo interactif innovant créé par des experts reconnus.

Vous adapterez les dernières tendances de la Mode à la création de styles adaptés à différents événements, publics et plateformes.

Grâce au système Relearning, vous n'aurez pas à investir un grand nombre d'heures de formation. Inscrivez-vous dès maintenant et maîtrisez les concepts les plus importants de manière plus dynamique et plus efficace !



02

Pourquoi étudier à TECH?

TECH Euromed est la plus grande Université numérique du monde. Avec un catalogue impressionnant de plus de 14 000 programmes universitaires, disponibles en 11 langues, elle se positionne comme un leader en matière d'employabilité, avec un taux de placement de 99 %. En outre, elle dispose d'un vaste corps professoral composé de plus de 6 000 professeurs de renommée internationale.



“

*Étudiez dans la plus grande université
numérique du monde et assurez
votre réussite professionnelle. L'avenir
commence à TECH Euromed”*

La meilleure université en ligne du monde, selon FORBES

Le prestigieux magazine Forbes, spécialisé dans les affaires et la finance, a désigné TECH Euromed comme "la meilleure université en ligne du monde". C'est ce qu'ils ont récemment déclaré dans un article de leur édition numérique dans lequel ils se font l'écho de la réussite de cette institution, "grâce à l'offre académique qu'elle propose, à la sélection de son corps enseignant et à une méthode d'apprentissage innovante visant à former les professionnels du futur".

Le meilleur personnel enseignant top international

Le corps enseignant de TECH Euromed se compose de plus de 6 000 professeurs jouissant du plus grand prestige international. Des professeurs, des chercheurs et des hauts responsables de multinationales, parmi lesquels figurent Isaiah Covington, entraîneur des Boston Celtics, Magda Romanska, chercheuse principale au Harvard MetaLAB, Ignacio Wistumba, président du département de pathologie moléculaire translationnelle au MD Anderson Cancer Center, et D.W. Pine, directeur de la création du magazine TIME, entre autres.

La plus grande université numérique du monde

TECH Euromed est la plus grande université numérique du monde. Nous sommes la plus grande institution éducative, avec le meilleur et le plus vaste catalogue éducatif numérique, cent pour cent en ligne et couvrant la grande majorité des domaines de la connaissance. Nous proposons le plus grand nombre de diplômes propres, de diplômes officiels de troisième cycle et de premier cycle au monde. Au total, plus de 14 000 diplômes universitaires, dans onze langues différentes, font de nous la plus grande institution éducative au monde.



Les programmes d'études les plus complets sur la scène universitaire

TECH Euromed offre les programmes d'études les plus complets sur la scène universitaire, avec des programmes qui couvrent les concepts fondamentaux et, en même temps, les principales avancées scientifiques dans leurs domaines scientifiques spécifiques. En outre, ces programmes sont continuellement mis à jour afin de garantir que les étudiants sont à la pointe du monde universitaire et qu'ils possèdent les compétences professionnelles les plus recherchées. De cette manière, les diplômes de l'université offrent à ses diplômés un avantage significatif pour propulser leur carrière vers le succès.

Une méthode d'apprentissage unique

TECH Euromed est la première université à utiliser *Relearning* dans tous ses formations. Il s'agit de la meilleure méthodologie d'apprentissage en ligne, accréditée par des certifications internationales de qualité de l'enseignement, fournies par des agences éducatives prestigieuses. En outre, ce modèle académique perturbateur est complété par la "Méthode des Cas", configurant ainsi une stratégie d'enseignement en ligne unique. Des ressources pédagogiques innovantes sont également mises en œuvre, notamment des vidéos détaillées, des infographies et des résumés interactifs.

L'université en ligne officielle de la NBA

TECH Euromed est l'université en ligne officielle de la NBA. Grâce à un accord avec la grande ligue de basket-ball, elle offre à ses étudiants des programmes universitaires exclusifs ainsi qu'un large éventail de ressources pédagogiques axées sur les activités de la ligue et d'autres domaines de l'industrie du sport. Chaque programme est conçu de manière unique et comprend des conférenciers exceptionnels: des professionnels ayant un passé sportif distingué qui apporteront leur expertise sur les sujets les plus pertinents.

Leaders en matière d'employabilité

TECH Euromed a réussi à devenir l'université leader en matière d'employabilité. 99% de ses étudiants obtiennent un emploi dans le domaine qu'ils ont étudié dans l'année qui suit la fin de l'un des programmes de l'université. Un nombre similaire parvient à améliorer immédiatement sa carrière. Tout cela grâce à une méthodologie d'étude qui fonde son efficacité sur l'acquisition de compétences pratiques, absolument nécessaires au développement professionnel.



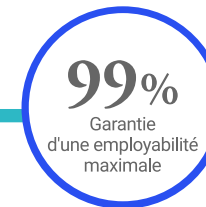
Google Partner Premier

Le géant américain de la technologie a décerné à TECH Euromed le badge Google Partner Premier. Ce prix, qui n'est décerné qu'à 3% des entreprises dans le monde, souligne l'expérience efficace, flexible et adaptée que cette université offre aux étudiants. Cette reconnaissance atteste non seulement de la rigueur, de la performance et de l'investissement maximaux dans les infrastructures numériques de TECH Euromed, mais positionne également TECH Euromed comme l'une des principales entreprises technologiques au monde.



L'université la mieux évaluée par ses étudiants

Les étudiants ont positionné TECH Euromed comme l'université la mieux évaluée du monde dans les principaux portails d'opinion, soulignant sa note la plus élevée de 4,9 sur 5, obtenue à partir de plus de 1 000 évaluations. Ces résultats consolident TECH Euromed en tant qu'institution universitaire de référence internationale, reflétant l'excellence et l'impact positif de son modèle éducatif.



03

Programme d'études

Ce programme universitaire de TECH Euromed a été élaboré par des experts en mode, esthétique et communication visuelle, garantissant un parcours académique complet et actualisé. Pendant le parcours académique, les diplômés acquerront des compétences clés telles que la gestion des couleurs à l'aide de techniques de colorimétrie, une compréhension approfondie de l'histoire de l'art ou de la mode et la maîtrise du stylisme appliqué à divers supports visuels. D'autre part, ils exploreront la théorie esthétique, la photographie, la communication éditoriale et les canaux actuels du *Marketing* de la mode. Tout cela, avec une approche pratique, créative et stratégique qui renforcera des profils professionnels hautement compétitifs.

ABOUT ME



Apr
05

Office Outfit

465 comments

Today I want to show you a simply casual look to go office everyday...

[read more](#)

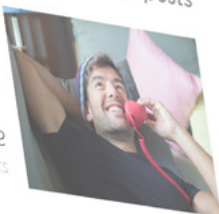


MEDIA

CONTACT

Popular posts

Casual
at Home
878 comments



Ready
to Work
953 comments



Follow me

Don't miss any update. Just write
your mail and click.

send

“

*Vous acquerez des connaissances en gestion
de l'image des marques de Mode grâce à des
stratégies créatives qui touchent un public exigeant
et numérique”*

Module 1. Colorimétrie

- 1.1. Théorie des couleurs
 - 1.1.1. Perception de la forme et de l'espace
 - 1.1.2. Couleur. Définition
 - 1.1.3. Perception de la couleur
 - 1.1.4. Propriétés ou dimensions de la couleur
 - 1.1.5. Classification des couleurs
- 1.2. Perception des couleurs
 - 1.2.1. L'œil humain
 - 1.2.2. Vision des couleurs
 - 1.2.3. Variables dans la perception des couleurs
 - 1.2.4. Perception non visuelle de la couleur
- 1.3. Modèles de couleurs et normalisation
 - 1.3.1. Histoires des couleurs
 - 1.3.1.1. Premières théories
 - 1.3.1.2. Léonard de Vinci
 - 1.3.1.3. Isaac Newton
 - 1.3.1.4. Moses Harris
 - 1.3.1.5. Goethe
 - 1.3.1.6. Runge
 - 1.3.1.7. Chevreul
 - 1.3.1.8. Rood
 - 1.3.1.9. Munsell
 - 1.3.1.10. Ostwald
 - 1.3.2. Perception visuelle
 - 1.3.2.1. Absorption et réflexion
 - 1.3.2.2. Molécules de pigments
 - 1.3.3. Attributs de la couleur
 - 1.3.3.1. Tonalité
 - 1.3.3.2. Luminance
 - 1.3.3.3. Saturées
 - 1.3.4. Couleurs chaudes et froides
 - 1.3.5. L'harmonie des couleurs
 - 1.3.6. Contraste
 - 1.3.7. Effets de la couleur
 - 1.3.7.1. Taille
 - 1.3.7.2. Transparence, poids et masse
- 1.4. Sémiotique et sémantique de la couleur
 - 1.4.1. Sémiotique de la couleur
 - 1.4.2. Description de la couleur
 - 1.4.3. Couleurs : matière, lumières, perceptions, sensations
 - 1.4.4. Couleur et matière
 - 1.4.5. La vérité d'une couleur
 - 1.4.6. Perception de la couleur
 - 1.4.7. Le poids d'une couleur
 - 1.4.8. Le dictionnaire des couleurs
- 1.5. La couleur dans le design
 - 1.5.1. Tendances chromatiques
 - 1.5.2. Design Graphique
 - 1.5.3. Design d'intérieur
 - 1.5.4. Architecture
 - 1.5.5. Design paysager
 - 1.5.6. Design de mode
- 1.6. Composition
 - 1.6.1. Généralités
 - 1.6.1.1. Codes utilisés
 - 1.6.1.2. Degré d'originalité et de banalité
 - 1.6.1.3. Degré d'iconicité et d'abstraction
 - 1.6.2. Organisation configurationnelle de l'image : relation entre l'arrière-plan et la figure.
 - 1.6.3. Organisation configurationnelle de l'image : lois de la gestalt
 - 1.6.4. Organisation configurationnelle de l'image : systèmes d'organisation spatiale
 - 1.6.4.1. Équilibre : statique ou dynamique. Système focal ou orthogonal
 - 1.6.4.2. Proportion
 - 1.6.4.3. Symétrie
 - 1.6.4.4. Mouvement et rythme



- 1.6.5. Étude sur le terrain
- 1.7. Les fonctions de l'image
 - 1.7.1. Représentant
 - 1.7.1.1. Cartographie
 - 1.7.1.2. Scientifique
 - 1.7.1.3. Architectural
 - 1.7.1.4. Projectif
 - 1.7.2. Persuasif
 - 1.7.3. Artistique
- 1.8. Psychologie des couleurs
 - 1.8.1. Couleurs chaudes et couleurs froides
 - 1.8.2. Effets physiologiques
 - 1.8.3. Symbolisme des couleurs
 - 1.8.4. Préférences personnelles en matière de couleurs
 - 1.8.5. Effets émotionnels
 - 1.8.6. Couleurs locales et expressives
- 1.9. La signification de la couleur
 - 1.9.1. Bleu
 - 1.9.2. Rouge
 - 1.9.3. Jaune
 - 1.9.4. Vert
 - 1.9.5. Noir
 - 1.9.6. Blanc
 - 1.9.7. Orange
 - 1.9.8. Violet
 - 1.9.9. Rose
 - 1.9.10. Or
 - 1.9.11. Argent
 - 1.9.12. Marron
 - 1.9.13. Gris
- 1.10. Utilisation de la couleur
 - 1.10.1. Sources des teintures et des pigments

- 1.10.2. Éclairage
- 1.10.3. Mélange d'huiles et d'acryliques
- 1.10.4. Céramiques émaillées
- 1.10.5. Verre coloré
- 1.10.6. Impression en couleur
- 1.10.7. Photographie en couleur

Module 2. Histoire de l'art contemporain

- 2.1. Fauvisme
 - 2.1.1. Origine et influences
 - 2.1.2. Caractéristiques
 - 2.1.3. Travaux
 - 2.1.4. Principaux représentants
- 2.2. L'expressionnisme
 - 2.2.1. Origine et influences
 - 2.2.2. Caractéristiques
 - 2.2.3. Travaux
 - 2.2.4. Principaux représentants
- 2.3. Le futurisme
 - 2.3.1. Origine et influences
 - 2.3.2. Caractéristiques
 - 2.3.3. Travaux
 - 2.3.4. Principaux représentants
- 2.4. Art abstrait
 - 2.4.1. Origine et influences
 - 2.4.2. Caractéristiques
 - 2.4.3. Travaux
 - 2.4.4. Principaux représentants
- 2.5. Constructivisme
 - 2.5.1. Origine et influences
 - 2.5.2. Caractéristiques
 - 2.5.3. Travaux
 - 2.5.4. Principaux représentants
- 2.6. Le dadaïsme
 - 2.6.1. Origine et influences
 - 2.6.2. Caractéristiques
 - 2.6.3. Travaux
 - 2.6.4. Principaux représentants
- 2.7. Surréalisme
 - 2.7.1. Origine et influences
 - 2.7.2. Caractéristiques
 - 2.7.3. Travaux
 - 2.7.4. Principaux représentants
- 2.8. Les premiers courants artistiques de l'art post-conceptuel
 - 2.8.1. L'informalisme
 - 2.8.2. Nouvelle figuration
 - 2.8.3. L'art cinétique
 - 2.8.4. *Pop art*
 - 2.8.5. Le nouveau réalisme
 - 2.8.6. Action Art
- 2.9. Les seconds courants artistiques de l'art post-conceptuel
 - 2.9.1. Le minimalisme
 - 2.9.2. Hyperréalisme
 - 2.9.3. Art conceptuel
 - 2.9.4. Le postmodernisme
 - 2.9.5. *Street Art*
 - 2.9.6. *Land Art*
- 2.10. L'art post-conceptuel aujourd'hui
 - 2.10.1. *Pop art*
 - 2.10.2. Art objet

- 2.10.3. *Body art*
- 2.10.4. *Performance*
- 2.10.5. Installations

Module 3. Photographie

- 3.1. Histoire de la photographie
 - 3.1.1. Antécédent de la photographie
 - 3.1.2. Photographie en couleur
 - 3.1.3. Film photographique
 - 3.1.4. Appareil photo numérique
- 3.2. Formation de l'image
 - 3.2.1. La caméra
 - 3.2.2. Paramètres de base en photographie
 - 3.2.3. Photométrie
 - 3.2.4. Objectifs et longueur focale
- 3.3. Langage photographique
 - 3.3.1. Types de prises de vue
 - 3.3.2. Éléments formels, compositionnels et interprétatifs de l'image photographique
 - 3.3.3. Encadrement
 - 3.3.4. Représentation du temps et du mouvement dans la photographie
 - 3.3.5. Le rapport de la photographie à la réalité et à la vérité
- 3.4. La caméra
 - 3.4.1. Appareils photo analogiques et numériques
 - 3.4.2. Caméras simples
 - 3.4.3. Les appareils photo reflex
 - 3.4.4. Techniques photographiques de base
 - 3.4.5. Exposition et posemètres
 - 3.4.6. La caméra reflex numérique. Le capteur
 - 3.4.7. La manipulation de l'appareil photo numérique par rapport à l'appareil photo analogique
 - 3.4.8. Aspects spécifiques d'intérêt
 - 3.4.9. Méthodes de travail avec l'appareil photo numérique
- 3.5. L'image numérique
 - 3.5.1. Formats de fichiers
 - 3.5.2. Balance des blancs
 - 3.5.3. Température de couleur
 - 3.5.4. Histogramme. L'exposition en photographie numérique
 - 3.5.5. Gamme dynamique
- 3.6. Le comportement de la lumière
 - 3.6.1. Le photon
 - 3.6.2. Réflexion et absorption
 - 3.6.3. Quantité et qualité de la lumière
 - 3.6.3.1. Lumière dure et lumière douce
 - 3.6.3.2. Lumière directe et diffuse
- 3.7. Expressivité et esthétique de l'éclairage
 - 3.7.1. Ombres, modificateurs et profondeur
 - 3.7.2. Angles d'éclairage
 - 3.7.3. Systèmes d'éclairage
 - 3.7.4. Mesure de la lumière
 - 3.7.4.1. Le photomètre
 - 3.7.4.2. Lumière incidente
 - 3.7.4.3. Lumière réfléchie
 - 3.7.4.4. Mesure sur plusieurs points
 - 3.7.4.5. Contraste
 - 3.7.4.6. Gris moyen
 - 3.7.5. Éclairage de la lumière du jour
 - 3.7.5.1. Diffuseurs
 - 3.7.5.2. Réflecteurs
 - 3.7.6. Éclairage artificiel
 - 3.7.6.1. Le studio photographique
 - 3.7.6.2. Sources d'éclairage
 - 3.7.6.3. Lumière froide
 - 3.7.6.4. Flashes de studio et flashes compacts
 - 3.7.6.5. Accessoires
- 3.8. *Logiciel d'édition*
 - 3.8.1. Adobe Lightroom

- 3.8.2. Adobe Photoshop
- 3.8.3. *Plugins*
- 3.9. Montage et développement de photos
 - 3.9.1. Développement en Camera RAW
 - 3.9.2. Bruit et mise au point
 - 3.9.3. Ajustements de l'exposition, du contraste et de la saturation. Niveaux et courbes
- 3.10. Références et applications
 - 3.10.1. Les photographes les plus importants de l'histoire
 - 3.10.2. La photographie dans la décoration intérieure
 - 3.10.3. La photographie dans la conception de produits
 - 3.10.4. La photographie dans la création de mode
 - 3.10.5. La photographie dans la conception graphique

Module 4. Histoire du vêtement

- 4.1. Préhistoire
 - 4.1.1. Introduction
 - 4.1.2. Les civilisations préhistoriques
 - 4.1.3. Le commerce à l'époque préhistorique
 - 4.1.4. Le costume préhistorique
 - 4.1.5. Les fourrures et les pelleteries
 - 4.1.6. Textiles et techniques
 - 4.1.7. Concordance chronologique et similitudes dans le costume préhistorique
- 4.2. Age Antique : Égypte et la Mésopotamie
 - 4.2.1. Égypte
 - 4.2.2. Le peuple assyrien
 - 4.2.3. Le peuple perse
- 4.3. Age Antique : La Grèce classique
 - 4.3.1. Le costume crétois
 - 4.3.2. Tissus utilisés en Grèce Antique
 - 4.3.3. Vêtements de la Grèce Antique
 - 4.3.4. Sous-vêtements de la Grèce Antique
 - 4.3.5. Chaussures de la Grèce Antique
 - 4.3.6. Chapeaux et coiffures de la Grèce Antique
- 4.3.7. Couleurs et ornements Grecs Anciens
- 4.3.8. Accessoires Grecs Anciens
- 4.4. Age Antique : Empire romain
 - 4.4.1. Les tissus de la Rome Antique
 - 4.4.2. Les vêtements de la Rome Antique
 - 4.4.3. Sous-vêtements de la Grèce Antique
 - 4.4.4. Chaussures Romaines Antiques
 - 4.4.5. Chapeaux et coiffures Romains Antiques
 - 4.4.6. Relation entre le statut social et l'habillement dans la Rome Antique
 - 4.4.7. Le style byzantin
- 4.5. Haut Moyen Âge et Moyen Âge Tardif
 - 4.5.1. Caractéristiques historiques générales de la période médiévale
 - 4.5.2. Le costume au début de la période médiévale
 - 4.5.3. Le costume à l'époque carolingienne
 - 4.5.4. Le costume à l'époque romane
 - 4.5.5. Le costume gothique
- 4.6. L'Age Moderne : Renaissance, Baroque et Rococo
 - 4.6.1. XVe et XVIe Siècles : Renaissance
 - 4.6.2. XVIIe siècle : Baroque
 - 4.6.3. XVIIIe siècle : Rococo
- 4.7. Âge Contemporain : Néoclassicisme et Romantisme
 - 4.7.1. L'industrie du vêtement
 - 4.7.2. Charles Frederick Worth
 - 4.7.3. Jacques Doucet
 - 4.7.4. Vêtements pour femmes
 - 4.7.5. Joséphine Bonaparte : le style empire
- 4.8. Âge Contemporain : L'ère victorienne et la Belle Époque
 - 4.8.1. La Reine Victoria
 - 4.8.2. Les vêtements pour hommes
 - 4.8.3. Dandy
 - 4.8.4. Paul Poiret
 - 4.8.5. Madeleine Vionnet
- 4.9. Age Contemporain : du vêtement à la Mode
 - 4.9.1. Nouveau contexte et changement social



- 4.9.2. Créateurs de mode
- 4.9.3. Coco Chanel
- 4.9.4. Le *new look*
- 4.10. Époque contemporaine : le siècle des créateurs et de la Mode
 - 4.10.1. La robe moderne
 - 4.10.2. L'essor des créateurs américains
 - 4.10.3. La scène londonienne

Module 5. Théorie de l'esthétique et des arts

- 5.1. Origine et Ancienneté de l'esthétique
 - 5.1.1. Définition de l'esthétique
 - 5.1.2. Le platonisme
 - 5.1.3. L'aristotélisme
 - 5.1.4. Le néoplatonisme
- 5.2. Mimésis, poïesis et katharsis
 - 5.2.1. Mimésis
 - 5.2.2. Poïesis
 - 5.2.3. Kátharsi
- 5.3. Moyen Âge et Époque Moderne
 - 5.3.1. Scolastique
 - 5.3.2. La Renaissance
 - 5.3.3. Maniérisme
 - 5.3.4. Baroque
 - 5.3.5. Rationalisme
 - 5.3.6. Empirisme
 - 5.3.7. Le siècle des Lumières
 - 5.3.8. Idéalisme
- 5.4. La définition de l'art aujourd'hui
 - 5.4.1. Art
 - 5.4.2. L'artiste
 - 5.4.3. Goût et critique
 - 5.4.4. Les beaux-arts
- 5.5. Les beaux-arts
 - 5.5.1. Architecture

- 5.5.2. Sculpture
- 5.5.3. Peintures
- 5.5.4. Musique
- 5.5.5. Poésie
- 5.6. Esthétique et réflexion
 - 5.6.1. Esthétique positiviste
 - 5.6.2. Esthétique idéaliste
 - 5.6.3. Esthétique critique
 - 5.6.4. Esthétique libertaire
- 5.7. Esthétique et éthique
 - 5.7.1. Illustration
 - 5.7.2. Idéalisme
 - 5.7.2.1. Kant
 - 5.7.2.2. Schiller, Fichte, Schelling
 - 5.7.2.3. Hegel
 - 5.7.3. Romantisme
 - 5.7.3.1. Kierkegaard, Schopenhauer et Wagner
 - 5.7.3.2. Nietzsche
- 5.8. Esthétique et goût
 - 5.8.1. Le goût esthétique comme statut théorique des Lumières
 - 5.8.2. Le goût de la frappe
 - 5.8.3. L'esthétisation du goût
- 5.9. L'esthétique contemporaine
 - 5.9.1. Le formalisme
 - 5.9.2. Iconologie
 - 5.9.3. Néo-idéalisme
 - 5.9.4. Marxisme
 - 5.9.5. Pragmatisme
 - 5.9.6. Noucentisme
 - 5.9.7. Raciovitalisme
 - 5.9.8. Empirisme logique
 - 5.9.9. Sémiotique
 - 5.9.10. Phénoménologie

- 5.9.11. Existentialisme
- 5.9.12. Esthétique postmoderne
- 5.10. Catégories esthétiques
 - 5.10.1. La beauté
 - 5.10.2. Laideur
 - 5.10.3. Le sublime
 - 5.10.4. Le tragique
 - 5.10.5. Le comique
 - 5.10.6. Le grotesque

Module 6. Histoire de la Mode

- 6.1. Du vêtement à la Mode
 - 6.1.1. Nouveau contexte et changement social
 - 6.1.2. Émancipation des femmes
 - 6.1.3. Nouveau concept de créateur de Mode
 - 6.1.4. Début du 20e siècle
- 6.2. La robe moderne
 - 6.2.1. La robe moderne
 - 6.2.2. L'essor des créateurs américains
 - 6.2.3. La scène londonienne
 - 6.2.4. New York dans les années 1970
 - 6.2.5. La mode des années 80
 - 6.2.6. Les groupes de luxe multimarques
 - 6.2.7. La mode fonctionnelle
 - 6.2.8. *Activewear*
 - 6.2.9. Mode, art et culture pop
 - 6.2.10. *Célébrités*
 - 6.2.11. La photographie et l'internet
- 6.3. Les grands maîtres de la Mode
 - 6.3.1. Jeanne Lanvin
 - 6.3.2. Jeanne Paquin
 - 6.3.3. Emilie Flöge

- 6.3.4. Madeleine Vionnet
- 6.3.5. Gabrielle Chanel
- 6.3.6. Elsa Schiaparelli
- 6.3.7. Carolina Herrera
- 6.4. Les grands maîtres de la Mode
 - 6.4.1. Charles Frederick Worth
 - 6.4.2. Jacques Doucet
 - 6.4.3. Paul Poiret
 - 6.4.4. Cristóbal Balenciaga
 - 6.4.5. Christian Dior
 - 6.4.6. Karl Lagerfeld
 - 6.4.7. Alexander McQueen
- 6.5. *Haute couture*
 - 6.5.1. Histoire de la *haute couture*
 - 6.5.2. Fédération de la Haute Couture et de la Mode
 - 6.5.3. Membres de la fédération
 - 6.5.4. De la *haute couture* au *prêt-à-porter*
- 6.6. Artisanat
 - 6.6.1. Le textile comme forme d'art
 - 6.6.2. Les métiers d'art qui complètent l'habillement
 - 6.6.3. Artistes et artisans liés à la Mode
- 6.7. *Fast-Fashion*
 - 6.7.1. Histoire et origine de la *fast-fashion*
 - 6.7.2. Modèle économique de la *fast-fashion*
 - 6.7.3. Repercution de la *fast-fashion* dans le monde
- 6.8. La publicité et la photographie dans la Mode
 - 6.8.1. Archétypes et stéréotypes
 - 6.8.2. L'image de la Mode
 - 6.8.3. La communication visuelle de la Mode
 - 6.8.4. Les grands photographes de Mode
- 6.9. Répercussion de la Mode
 - 6.9.1. L'industrie textile

- 6.9.2. Relation entre l'art et la Mode
- 6.9.3. La mode et la société
- 6.10. Théorie et critique de la Mode
 - 6.10.1. Les concepteurs actuels et leur influence
 - 6.10.2. Tendances actuelles
 - 6.10.3. La banalisation de la Mode

Module 7. Style

- 7.1. Introduction au Stylisme
 - 7.1.1. Esthétique, style et Stylisme
 - 7.1.2. Analyse et connaissance des domaines du Stylisme
 - 7.1.3. Le rôle du styliste
 - 7.1.4. La communication dans la Mode
 - 7.1.5. Communication digitale
 - 7.1.5.1. Les réseaux sociaux
 - 7.1.5.2. *Influencers*
 - 7.1.5.3. *Bloggers*
 - 7.1.6. Méthodes d'organisation et de production du Stylisme
- 7.2. Stylisme de défilé
 - 7.2.1. Qu'est-ce qu'un défilé de mode ?
 - 7.2.2. Objectifs d'un défilé de mode
 - 7.2.3. Les principaux podiums mondiaux
 - 7.2.4. Préparation préliminaire
 - 7.2.5. L'équipe
 - 7.2.6. Le *fitting*
 - 7.2.7. Les modèles
 - 7.2.8. Les *looks*
 - 7.2.9. Musique
 - 7.2.10. Espace
 - 7.2.11. Après l'événement
- 7.3. Le style audiovisuel
 - 7.3.1. Cinéma

- 7.3.2. Le *Fashion film*
- 7.3.3. *Showroom* et *showrooming*
- 7.3.4. Le e-commerce
- 7.4. Étiquette vestimentaire
 - 7.4.1. Tenue formelle
 - 7.4.2. Tenue informelle
 - 7.4.3. Vêtements de sport
 - 7.4.4. Types d'étiquette
- 7.5. Morphologie corporelle et colorimétrie
 - 7.5.1. Typologies corporelles
 - 7.5.2. Les silhouettes corporelles
 - 7.5.3. La théorie des couleurs appliquée au conseil
 - 7.5.4. Théorie des saisons de l'année
 - 7.5.5. Classification des couleurs
- 7.6. Maquillage
 - 7.6.1. Introduction au maquillage
 - 7.6.2. Matériel de maquillage
 - 7.6.3. Application du maquillage
 - 7.6.4. Styles de maquillage
- 7.7. *Personal shopper*
 - 7.7.1. Qu'est-ce que le *personal shopper*
 - 7.7.2. Processus de conseil en matière de vêtements et d'accessoires
 - 7.7.3. Caractéristiques du conseiller en image
 - 7.7.4. Comment aborder le processus de conseil en image
 - 7.7.5. Développer le processus : documentation technique
 - 7.7.6. Étude et évaluation de l'image du client
 - 7.7.7. Proposition au client de l'adoption de nouveaux modèles esthétiques dans l'habillement
 - 7.7.8. Méthodes pour l'adoption de modèles esthétiques vestimentaires
 - 7.7.9. Méthodes de formation du client
 - 7.7.10. Conseils pour l'achat de vêtements et d'accessoires
- 7.8. Style vestimentaire
 - 7.8.1. Préhistoire et antiquité
 - 7.8.1.1. Préhistoire
 - 7.8.1.2. Mésopotamie : Sumériens, Babyloniens et Assyriens, Perses et Mèdes
 - 7.8.1.3. Égypte
 - 7.8.1.4. Crète : civilisation minoenne
 - 7.8.1.5. Grèce
 - 7.8.1.6. Étrurie
 - 7.8.1.7. Rome
 - 7.8.1.8. L'Empire Byzantin
 - 7.8.2. Histoire du vêtement : Moyen Âge et Renaissance
 - 7.8.2.1. Âge moyen
 - 7.8.2.2. Renaissance
 - 7.8.3. Histoire du vêtement : Baroque et Rococo
 - 7.8.3.1. Baroque : 17ème siècle
 - 7.8.3.2. Rococo : XVIIIe Siècle
 - 7.8.4. Histoire du vêtement : 19ème Siècle
 - 7.8.4.1. Contexte historique
 - 7.8.4.2. Les vêtements des femmes
 - 7.8.4.3. Vêtements pour hommes
 - 7.8.5. Histoire du vêtement : Le XXe siècle
 - 7.8.5.1. Contexte historique
 - 7.8.5.2. Les vêtements de 1900 à 1950
 - 7.8.5.3. Les vêtements de 1900 à 2000
- 7.9. Lexique du vêtement
 - 7.9.1. Chapeaux, casquettes et bonnets
 - 7.9.2. Manteaux et vestes
 - 7.9.3. Costumes pour hommes
 - 7.9.4. Nœuds de cravate
 - 7.9.5. Chemises
 - 7.9.6. T-shirts
 - 7.9.7. Col et encolure
 - 7.9.8. Manches
 - 7.9.9. Pantalons
 - 7.9.10. Robes
 - 7.9.11. Chaussures

- 7.9.12. Jupes
- 7.9.13. Accessoires
- 7.10. Styles de base des vêtements
 - 7.10.1. Tendances
 - 7.10.2. Le *coolhunter*
 - 7.10.3. Le style classique
 - 7.10.4. Le style avant-gardiste
 - 7.10.5. Style informel ou décontracté
 - 7.10.6. Style bohème
 - 7.10.7. Style minimaliste
 - 7.10.8. Style rétro ou *vintage*
 - 7.10.9. Style *oversized*
 - 7.10.10. Style félin ou *lingerie*
 - 7.10.11. Style *grunge*
 - 7.10.12. Style ethnique
 - 7.10.13. Style *hippie*
 - 7.10.14. Style *punk*
 - 7.10.15. Style exécutif
 - 7.10.16. Style gothique
 - 7.10.17. Style safari
 - 7.10.18. Style militaire
 - 7.10.19. Style folklorique
 - 7.10.20. Style *underground*
 - 7.10.21. Autres styles

Module 8. Marketing en Mode

- 8.1. Le marketing dans la Mode
 - 8.1.1. Introduction au marketing dans la Mode
 - 8.1.2. Définition du marketing
 - 8.1.3. Le marketing et les variables
- 8.2. L'étude de marché dans la Mode
 - 8.2.1. Environnement du marché de la Mode
 - 8.2.2. Structure du marché

- 8.2.3. Acteurs du processus industriel
- 8.2.4. Le marché international
- 8.3. Stratégies sur les marchés de la Mode
 - 8.3.1. La segmentation du marché
 - 8.3.2. Positionnement du produit
 - 8.3.3. L'étude de marché
- 8.4. Le consommateur de Mode
 - 8.4.1. Le consommateur de Mode
 - 8.4.2. Le comportement d'achat
 - 8.4.3. Processus de décision d'achat
- 8.5. Le produit de Mode
 - 8.5.1. Le produit de Mode
 - 8.5.2. Le cycle de vie du produit
 - 8.5.3. Identité de la marque
- 8.6. Politique de tarification de la Mode
 - 8.6.1. Prix
 - 8.6.2. Les coûts
 - 8.6.3. Fixation des prix
- 8.7. Communication de Mode
 - 8.7.1. Communication et promotion du produit
 - 8.7.2. Le podium
 - 8.7.3. Tendances
 - 8.7.4. Le contrôle de la qualité dans le processus
- 8.8. Distribution de la Mode
 - 8.8.1. Distribution
 - 8.8.2. Logistique
 - 8.8.3. Espace de vente
 - 8.8.4. *Merchandising*

- 8.9. Marketing en Mode
 - 8.9.1. Marketing stratégique
 - 8.9.2. Planification du Marketing
 - 8.9.3. Marketing en ligne
- 8.10. Responsabilité des entreprises de Mode
 - 8.10.1. Responsabilité Sociale des entreprises
 - 8.10.2. Facteurs sociaux
 - 8.10.3. Profil professionnel du marketing

Module 9. Magazines

- 9.1. Qu'est-ce qu'un magazine ?
 - 9.1.1. Introduction
 - 9.1.2. Qu'est-ce qu'un magazine ? Ses spécificités et le marché de l'édition
 - 9.1.3. Spécificités de la revue
 - 9.1.4. Le marché des magazines : questions générales
 - 9.1.5. Principaux groupes d'édition de revues
- 9.2. Le lecteur de magazines
 - 9.2.1. Introduction
 - 9.2.2. Le lecteur de magazines
 - 9.2.3. Trouver et fidéliser les lecteurs
 - 9.2.4. Le lecteur de magazines imprimés
 - 9.2.5. Le lecteur de magazines numériques
 - 9.2.6. Lectorat et publicité
- 9.3. Création et vie d'un magazine
 - 9.3.1. Introduction
 - 9.3.2. La création d'un journal
 - 9.3.3. Le nom
 - 9.3.4. Le cycle de vie d'une revue
- 9.4. Segmentation et spécialisation des revues
 - 9.4.1. Introduction
 - 9.4.2. Segmentation et spécialisation des revues
 - 9.4.3. Types de revues
 - 9.4.3.1. Magazines culturels
 - 9.4.3.2. Magazines du cœur

- 9.4.3.3. Suppléments
- 9.5. Structure et contenu des magazines
 - 9.5.1. Introduction
 - 9.5.2. La manchette
 - 9.5.3. La structure
 - 9.5.4. Le contenu
- 9.6. Naissance et développement des revues en Europe et aux États-Unis
 - 9.6.1. Introduction
 - 9.6.2. Les débuts : du XVIe au XVIIIe siècle Des relations aux gazettes
 - 9.6.3. Le XIXe siècle en Europe
 - 9.6.4. Le XIXe siècle en Europe
- 9.7. Le 20e siècle : la consolidation du magazine moderne
 - 9.7.1. Introduction
 - 9.7.2. Les premières décennies du vingtième siècle dans les magazines européens
 - 9.7.3. Les États-Unis entre les années 1920 et 1960 : le deuxième boom des magazines
 - 9.7.4. Europe après la Seconde Guerre Mondiale : les Magazines à partir des années 1940
 - 9.7.5. A partir des années 1960 : le renouveau du magazine
- 9.8. Jalons de l'histoire des magazines américains
 - 9.8.1. Introduction
 - 9.8.2. *National Geographic*, une référence dans le domaine des magazines grand public
 - 9.8.3. *Time*, une étape importante dans les magazines d'actualité hebdomadaires ou *Newsweek*
 - 9.8.4. *Reader's Digest*, un point de repère dans la presse magazine
 - 9.8.5. *The New Yorker*, une référence en matière de magazines d'opinion et de culture
- 9.9. Magazines en Europe
 - 9.9.1. Introduction
 - 9.9.2. Diffusion
 - 9.9.3. Les meilleures revues par pays
- 9.10. Revues en Amérique latine
 - 9.10.1. Introduction
 - 9.10.2. Origine
 - 9.10.3. Les meilleures revues par pays

Module 10. Chaîne de communication de Mode

- 10.1. L'influence et d'autres stratégies de puissance sur les nouveaux canaux numériques
 - 10.1.1. Les stratégies de pouvoir liées à la communication de Mode
 - 10.1.2. Influencer dans la sphère des médias sociaux
 - 10.1.3. Gérer les nouveaux leaders numériques : *influencers* de Mode
- 10.2. Le choix du canal de communication : théorie Forrester Research
 - 10.2.1. La nouvelle opinion publique : diriger les masses un par un
 - 10.2.2. Qu'est-ce que la théorie Forrester?
 - 10.2.3. Application de la théorie Forrester Research à l'industrie de la Mode
- 10.3. Le pouvoir du langage audiovisuel et de la communication non verbale
 - 10.3.1. La part de marché croissante de la communication non verbale
 - 10.3.2. L'impact du message audiovisuel sur la Mode
 - 10.3.3. Composition du discours photographique sur les réseaux sociaux
- 10.4. Évolution et fonctionnement des réseaux sociaux dans l'industrie de la Mode
 - 10.4.1. Étapes d'émergence et d'évolution d'Internet
 - 10.4.2. La stratégie multicanal au sein des réseaux sociaux à la Mode
 - 10.4.3. Qu'est-ce qu'un réseau social ? Différences avec les canaux traditionnels
- 10.5. Facebook, la grande base de données
 - 10.5.1. Communication transversale
 - 10.5.2. Intérêt communautaire
 - 10.5.3. Modèles de présence sur Facebook
- 10.6. Instagram, bien plus que des photos de Mode
 - 10.6.1. Messages émotionnels et gestion de l'empathie
 - 10.6.2. L'intimité du quotidien en images
 - 10.6.3. Se démarquer dans le réseau social le plus important de la Mode
- 10.7. Le contenu professionnel de LinkedIn
 - 10.7.1. La création de la marque personnelle
 - 10.7.2. Messages cognitifs dans une marque de Mode
 - 10.7.3. Gestion des relations avec la concurrence
- 10.8. La politisation de Twitter
 - 10.8.1. La communication impulsive et omnidirectionnelle
 - 10.8.2. Message direct et création de contenu en 20 caractères
 - 10.8.3. L'impact des titres : de la profondeur à la légèreté

- 10.9. TikTok, au-delà de la génération Z
 - 10.9.1. La révolution audiovisuelle et l'accélération des changements de *look* dans un contexte *slow fashion*
 - 10.9.2. Démocratisation de la création de contenus audiovisuels
 - 10.9.3. La mode comme fait d'actualité
- 10.10. Youtube, en tant que représentant du contenu audiovisuel
 - 10.10.1. La gestion des attentes dans la création de contenu audiovisuel
 - 10.10.2. Carte des contenus sur YouTube sur la Mode, la beauté et le luxe
 - 10.10.3. Nouvelles tendances de l'opinion publique : les micro-influenceurs



Vous adapterez le Stylisme de Mode aux besoins de différents médias tels que les magazines, les éditeurs ou les campagnes publicitaires”

04

Objectifs pédagogiques

Grâce à ce programme universitaire, les diplômés développeront une vision globale et contemporaine du Stylisme, avec des compétences pour conceptualiser, coordonner et diriger des propositions visuelles dans différents formats et contextes. Ils seront également capables d'interpréter les tendances, de construire des récits esthétiques solides et d'appliquer les principes de composition, de colorimétrie et de direction artistique à des projets éditoriaux, audiovisuels ou de marque. De plus, ces créateurs intégreront des connaissances historiques, culturelles et technologiques qui enrichiront leurs propositions créatives, tout en tenant compte des critères de durabilité et de diversité. Ils pourront ainsi diriger des processus créatifs, collaborer avec des équipes multidisciplinaires et se positionner comme des professionnels stratégiques dans l'industrie mondiale de la Mode.





“

Vous deviendrez un spécialiste de l'histoire de la Mode, en comprenant les styles qui ont marqué leur époque et leur impact sur le design actuel. Rejoignez dès maintenant ce parcours académique très complet !”



Objectifs généraux

- ♦ Analyser et appliquer les principes fondamentaux de la colorimétrie afin de créer des propositions visuelles cohérentes et esthétiquement équilibrées
- ♦ Comprendre l'évolution de l'art contemporain et son influence sur le Stylisme de mode actuel
- ♦ Développer des compétences techniques en photographie appliquées au domaine éditorial, publicitaire et artistique dans le monde de la Mode
- ♦ Reconnaître les étapes clés de l'histoire du vêtement afin de contextualiser esthétiquement chaque proposition stylistique
- ♦ Intégrer les principes de l'esthétique et des arts dans l'élaboration de discours visuels solides et créatifs
- ♦ Maîtriser les outils, les techniques et les méthodologies propres au Stylisme dans différents formats professionnels
- ♦ Appliquer des stratégies marketing spécifiques au secteur de la Mode pour communiquer et positionner efficacement des projets
- ♦ Comprendre le fonctionnement des magazines de Mode en tant qu'espaces de diffusion esthétique et professionnelle



Vous développerez des projets visuels en vous assurant que tous les éléments du Stylisme sont en adéquation avec l'objectif et la vision de la marque





Objectifs spécifiques

Module 1. Colorimétrie

- ♦ Analyser la psychologie des couleurs et leur impact sur la perception esthétique dans les propositions stylistiques
- ♦ Appliquer les principes d'harmonie chromatique dans les combinaisons de vêtements, d'accessoires et de décors visuels

Module 2. Histoire de l'art contemporain

- ♦ Interpréter les mouvements artistiques des XXe et XXIe siècles comme sources d'inspiration pour le stylisme de Mode
- ♦ Relier les courants artistiques contemporains à des propositions créatives applicables au design et à l'image

Module 3. Photographie

- ♦ Maîtriser les principes techniques et compositionnels de la photographie pour la création d'éditoriaux de Mode
- ♦ Collaborer avec des équipes de production photographique afin de garantir la cohérence esthétique entre l'image, les costumes et le message

Module 4. Histoire du vêtement

- ♦ Reconnaître les transformations socioculturelles reflétées dans l'évolution du vêtement au fil du temps
- ♦ Intégrer des références historiques du vêtement dans des propositions stylistiques actuelles, en leur conférant une valeur narrative

Module 5. Théorie de l'esthétique et des arts

- ♦ Développer un regard critique fondé sur les théories esthétiques classiques et contemporaines
- ♦ Évaluer les propositions visuelles dans une approche philosophique, artistique et culturellement contextualisée

Module 6. Histoire de la Mode

- ♦ Réfléchir à l'impact de l'innovation et de la qualité dans la production de la mode, du *prêt-à-porter* et de la Mode *low cost* sur la qualité de vie et l'environnement
- ♦ Identifier les styles, les silhouettes et les matières emblématiques de chaque époque afin de les réinterpréter de manière créative

Module 7. Style

- ♦ Concevoir des propositions stylistiques cohérentes en fonction du message, du support et du public cible
- ♦ Sélectionner et coordonner les vêtements, les accessoires, la coiffure et le maquillage dans les productions éditoriales ou commerciales

Module 8. Marketing en Mode

- ♦ Analyser les stratégies de positionnement et de segmentation des marques de Mode
- ♦ Concevoir des campagnes marketing intégrées à l'identité visuelle et stylistique d'une marque

Module 9. Magazines

- ♦ Comprendre le fonctionnement éditorial et les processus de création de contenu dans les publications de Mode
- ♦ Créer des propositions stylistiques adaptées à différents formats éditoriaux, imprimés ou numériques

Module 10. Chaîne de communication de Mode

- ♦ Utiliser les plateformes numériques et les réseaux sociaux comme outils clés dans la diffusion du Stylisme de Mode
- ♦ Concevoir des stratégies de communication visuelle alignées sur les valeurs et les publics des marques

05

Opportunités de carrière

Les diplômés auront accès à un large éventail d'opportunités dans l'univers dynamique de la Mode. En effet, leur maîtrise du stylisme appliqué aux médias éditoriaux, audiovisuels et numériques les positionne comme des profils clés dans les magazines spécialisés, les agences de publicité, les sociétés de production, les marques de Mode et les projets de branding personnel ou d'entreprise. De même, les professionnels seront formés pour diriger des productions visuelles, coordonner des équipes créatives ou entreprendre leurs propres projets avec une proposition esthétique solide. Cette spécialisation leur permettra ainsi de se démarquer dans des secteurs qui valorisent la narration visuelle, l'innovation esthétique et la gestion stratégique de l'image.



“

Vous concevrez des stylismes fonctionnels pour des éditeurs, des marques de luxe ou des productions audiovisuelles à partir d'un regard artistique et technique”

Profil des diplômés

À l'issue de ce programme universitaire, les professionnels auront développé une vision critique et contemporaine du stylisme, intégrant des connaissances artistiques, historiques, techniques et communicationnelles. Ils seront également capables de concevoir des propositions visuelles cohérentes, d'interpréter des codes esthétiques et d'appliquer des techniques de couleur, de composition et de direction créative dans différents formats. De plus, cette expérience académique leur fournira les outils nécessaires pour créer des discours visuels pertinents, diriger des projets avec leur propre identité et s'adapter aux nouvelles dynamiques du secteur. En définitive, les spécialistes bénéficieront d'un profil très apprécié pour leur capacité à associer créativité, analyse culturelle et maîtrise technique dans des contextes en constante évolution.

Vous acquerez un regard critique, esthétique et stratégique pour construire des discours visuels qui communiquent l'identité, le style et l'objectif.

- ♦ **Direction Artistique** : diriger des équipes créatives et coordonner des productions visuelles d'un point de vue esthétique, technique et conceptuel
- ♦ **Analyse des Tendances** : interpréter les mouvements culturels et sociaux applicables au stylisme contemporain et au développement de propositions innovantes
- ♦ **Gestion des Couleurs** : maîtriser la colorimétrie pour créer des combinaisons visuelles harmonieuses et efficaces, adaptées à différents publics et supports
- ♦ **Communication dans le domaine de la Mode** : utiliser les canaux traditionnels et numériques pour diffuser du contenu lié à la mode, en mettant l'accent sur les stratégies d'impact visuel



À l'issue de ce programme, vous serez en mesure d'utiliser vos connaissances et vos compétences dans les postes suivants :

- 1. Directeur Artistique Éditorial** : responsable de la conceptualisation et de la coordination de l'image visuelle lors de séances photo pour des magazines et des médias spécialisés dans la mode.
- 2. Conseiller en Image de Marque** : concepteur de l'identité visuelle de marques de mode, d'artistes ou de personnalités publiques, en harmonisant l'esthétique et la communication stratégique.
- 3. Coordinateur de Production Mode** : responsable opérationnel des *shootings*, défilés et campagnes, gestion des équipes techniques et créatives pour une exécution impeccable.
- 4. Visual Merchandiser Senior** : concepteur d'expériences visuelles dans les magasins physiques et les vitrines, appliquant les principes du stylisme pour maximiser l'impact commercial.
- 5. Consultant en Style sur les Plateformes Numériques** : créateur de contenu visuel pour les réseaux sociaux, le *commerce électronique* ou les *influenceurs* du secteur de la mode.
- 6. Rédacteur Mode dans les Médias Spécialisés** : responsable du contenu stylistique dans les magazines, blogs et publications numériques, axé sur les tendances et l'analyse esthétique.
- 7. Directeur Artistique dans les Agences de Publicité** : chargé de construire l'univers visuel des campagnes, en appliquant ses connaissances en stylisme, couleurs et narration.
- 8. Coordinateur Marketing Visuel dans le domaine de la Mode** : concepteur de stratégies visuelles cohérentes pour positionner des produits ou des collections sur le marché mondial.
- 9. Styliste dans le domaine des Productions Audiovisuelles** : responsable de l'image des personnages ou des présentateurs à la télévision, au cinéma, dans les clips vidéo ou sur les plateformes de *streaming*.

“ Vous intégrerez des critères culturels, historiques et sociaux pour créer des styles adaptés aux nouveaux publics ”



06

Méthodologie d'étude

TECH Euromed University est la première au monde à combiner la méthodologie des **case studies** avec **Relearning**, un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition guidée.

Cette stratégie d'enseignement innovante est conçue pour offrir aux professionnels la possibilité d'actualiser leurs connaissances et de développer leurs compétences de manière intensive et rigoureuse. Un modèle d'apprentissage qui place l'étudiant au centre du processus académique et lui donne le rôle principal, en s'adaptant à ses besoins et en laissant de côté les méthodologies plus conventionnelles.



“

*TECH Euromed University vous prépare
à relever de nouveaux défis dans des
environnements incertains et à réussir
votre carrière”*

L'étudiant: la priorité de tous les programmes de TECH Euromed University

Dans la méthodologie d'étude de TECH Euromed University, l'étudiant est le protagoniste absolu.

Les outils pédagogiques de chaque programme ont été sélectionnés en tenant compte des exigences de temps, de disponibilité et de rigueur académique que demandent les étudiants d'aujourd'hui et les emplois les plus compétitifs du marché.

Avec le modèle éducatif asynchrone de TECH Euromed University, c'est l'étudiant qui choisit le temps qu'il consacre à l'étude, la manière dont il décide d'établir ses routines et tout cela dans le confort de l'appareil électronique de son choix. L'étudiant n'a pas besoin d'assister à des cours en direct, auxquels il ne peut souvent pas assister. Les activités d'apprentissage se dérouleront à votre convenance. Vous pouvez toujours décider quand et où étudier.

“

À TECH Euromed University, vous n'aurez PAS de cours en direct (auxquelles vous ne pourrez jamais assister)”



Les programmes d'études les plus complets au niveau international

TECH Euromed University se caractérise par l'offre des itinéraires académiques les plus complets dans l'environnement universitaire. Cette exhaustivité est obtenue grâce à la création de programmes d'études qui couvrent non seulement les connaissances essentielles, mais aussi les dernières innovations dans chaque domaine.

Grâce à une mise à jour constante, ces programmes permettent aux étudiants de suivre les évolutions du marché et d'acquérir les compétences les plus appréciées par les employeurs. Ainsi, les diplômés de TECH Euromed University reçoivent une préparation complète qui leur donne un avantage concurrentiel significatif pour progresser dans leur carrière.

De plus, ils peuvent le faire à partir de n'importe quel appareil, PC, tablette ou smartphone.

“

Le modèle de TECH Euromed University est asynchrone, de sorte que vous pouvez étudier sur votre PC, votre tablette ou votre smartphone où vous voulez, quand vous voulez et aussi longtemps que vous le voulez”

Case studies ou Méthode des cas

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé par les meilleures écoles de commerce du monde. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, sa fonction était également de leur présenter des situations réelles et complexes. De cette manière, ils pouvaient prendre des décisions en connaissance de cause et porter des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. Elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard en 1924.

Avec ce modèle d'enseignement, ce sont les étudiants eux-mêmes qui construisent leurs compétences professionnelles grâce à des stratégies telles que *Learning by doing* ou le *Design Thinking*, utilisées par d'autres institutions renommées telles que Yale ou Stanford.

Cette méthode orientée vers l'action sera appliquée tout au long du parcours académique de l'étudiant avec TECH Euromed University. Vous serez ainsi confronté à de multiples situations de la vie réelle et devrez intégrer des connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre vos idées et vos décisions. Il s'agissait de répondre à la question de savoir comment ils agiraient lorsqu'ils seraient confrontés à des événements spécifiques complexes dans le cadre de leur travail quotidien.



Méthode Relearning

À TECH Euromed University, les *case studies* sont complétées par la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le *Relearning*.

Cette méthode s'écarte des techniques d'enseignement traditionnelles pour placer l'apprenant au centre de l'équation, en lui fournissant le meilleur contenu sous différents formats. De cette façon, il est en mesure de revoir et de répéter les concepts clés de chaque matière et d'apprendre à les appliquer dans un environnement réel.

Dans le même ordre d'idées, et selon de multiples recherches scientifiques, la répétition est le meilleur moyen d'apprendre. C'est pourquoi TECH Euromed University propose entre 8 et 16 répétitions de chaque concept clé au sein d'une même leçon, présentées d'une manière différente, afin de garantir que les connaissances sont pleinement intégrées au cours du processus d'étude.

Le Relearning vous permettra d'apprendre plus facilement et de manière plus productive tout en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant des opinions: une équation directe vers le succès.



Un Campus Virtuel 100% en ligne avec les meilleures ressources didactiques

Pour appliquer efficacement sa méthodologie, TECH Euromed University se concentre à fournir aux diplômés du matériel pédagogique sous différents formats: textes, vidéos interactives, illustrations et cartes de connaissances, entre autres. Tous ces supports sont conçus par des enseignants qualifiés qui axent leur travail sur la combinaison de cas réels avec la résolution de situations complexes par la simulation, l'étude de contextes appliqués à chaque carrière professionnelle et l'apprentissage basé sur la répétition, par le biais d'audios, de présentations, d'animations, d'images, etc.

Les dernières données scientifiques dans le domaine des Neurosciences soulignent l'importance de prendre en compte le lieu et le contexte d'accès au contenu avant d'entamer un nouveau processus d'apprentissage. La possibilité d'ajuster ces variables de manière personnalisée aide les gens à se souvenir et à stocker les connaissances dans l'hippocampe pour une rétention à long terme. Il s'agit d'un modèle intitulé *Neurocognitive context-dependent e-learning* qui est sciemment appliqué dans le cadre de ce diplôme d'université.

D'autre part, toujours dans le but de favoriser au maximum les contacts entre mentors et mentorés, un large éventail de possibilités de communication est offert, en temps réel et en différé (messagerie interne, forums de discussion, service téléphonique, contact par courrier électronique avec le secrétariat technique, chat et vidéoconférence).

De même, ce Campus Virtuel très complet permettra aux étudiants TECH Euromed University d'organiser leurs horaires d'études en fonction de leurs disponibilités personnelles ou de leurs obligations professionnelles. De cette manière, ils auront un contrôle global des contenus académiques et de leurs outils didactiques, mis en fonction de leur mise à jour professionnelle accélérée.



Le mode d'étude en ligne de ce programme vous permettra d'organiser votre temps et votre rythme d'apprentissage, en l'adaptant à votre emploi du temps"

L'efficacité de la méthode est justifiée par quatre acquis fondamentaux:

1. Les étudiants qui suivent cette méthode parviennent non seulement à assimiler les concepts, mais aussi à développer leur capacité mentale au moyen d'exercices pour évaluer des situations réelles et appliquer leurs connaissances.
2. L'apprentissage est solidement traduit en compétences pratiques ce qui permet à l'étudiant de mieux s'intégrer dans le monde réel.
3. L'assimilation des idées et des concepts est rendue plus facile et plus efficace, grâce à l'utilisation de situations issues de la réalité.
4. Le sentiment d'efficacité de l'effort investi devient un stimulus très important pour les étudiants, qui se traduit par un plus grand intérêt pour l'apprentissage et une augmentation du temps passé à travailler sur le cours.

La méthodologie universitaire la mieux évaluée par ses étudiants

Les résultats de ce modèle académique innovant sont visibles dans les niveaux de satisfaction générale des diplômés de TECH Euromed University.

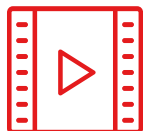
L'évaluation par les étudiants de la qualité de l'enseignement, de la qualité du matériel, de la structure du cours et des objectifs est excellente. Il n'est pas surprenant que l'institution soit devenue l'université la mieux évaluée par ses étudiants selon l'indice global score, obtenant une note de 4,9 sur 5.

Accédez aux contenus de l'étude depuis n'importe quel appareil disposant d'une connexion Internet (ordinateur, tablette, smartphone) grâce au fait que TECH Euromed University est à la pointe de la technologie et de l'enseignement.

Vous pourrez apprendre grâce aux avantages offerts par les environnements d'apprentissage simulés et à l'approche de l'apprentissage par observation: le Learning from an expert.



Ainsi, le meilleur matériel pédagogique, minutieusement préparé, sera disponible dans le cadre de ce programme:



Matériel didactique

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseignent les cours. Ils ont été conçus en exclusivité pour le programme afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel afin de mettre en place notre mode de travail en ligne, avec les dernières techniques qui nous permettent de vous offrir une grande qualité dans chacune des pièces que nous mettrons à votre service.



Pratique des aptitudes et des compétences

Vous effectuerez des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Pratiques et dynamiques permettant d'acquérir et de développer les compétences et les capacités qu'un spécialiste doit acquérir dans le cadre de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



Résumés interactifs

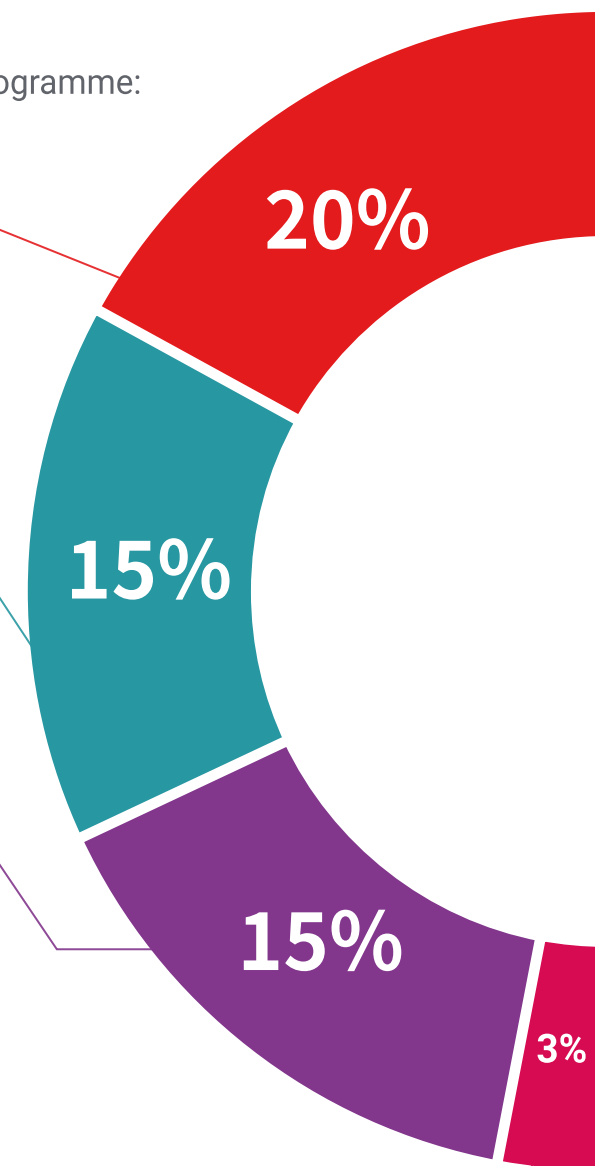
Nous présentons les contenus de manière attrayante et dynamique dans des dossiers multimédias qui incluent de l'audio, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de consolider les connaissances.

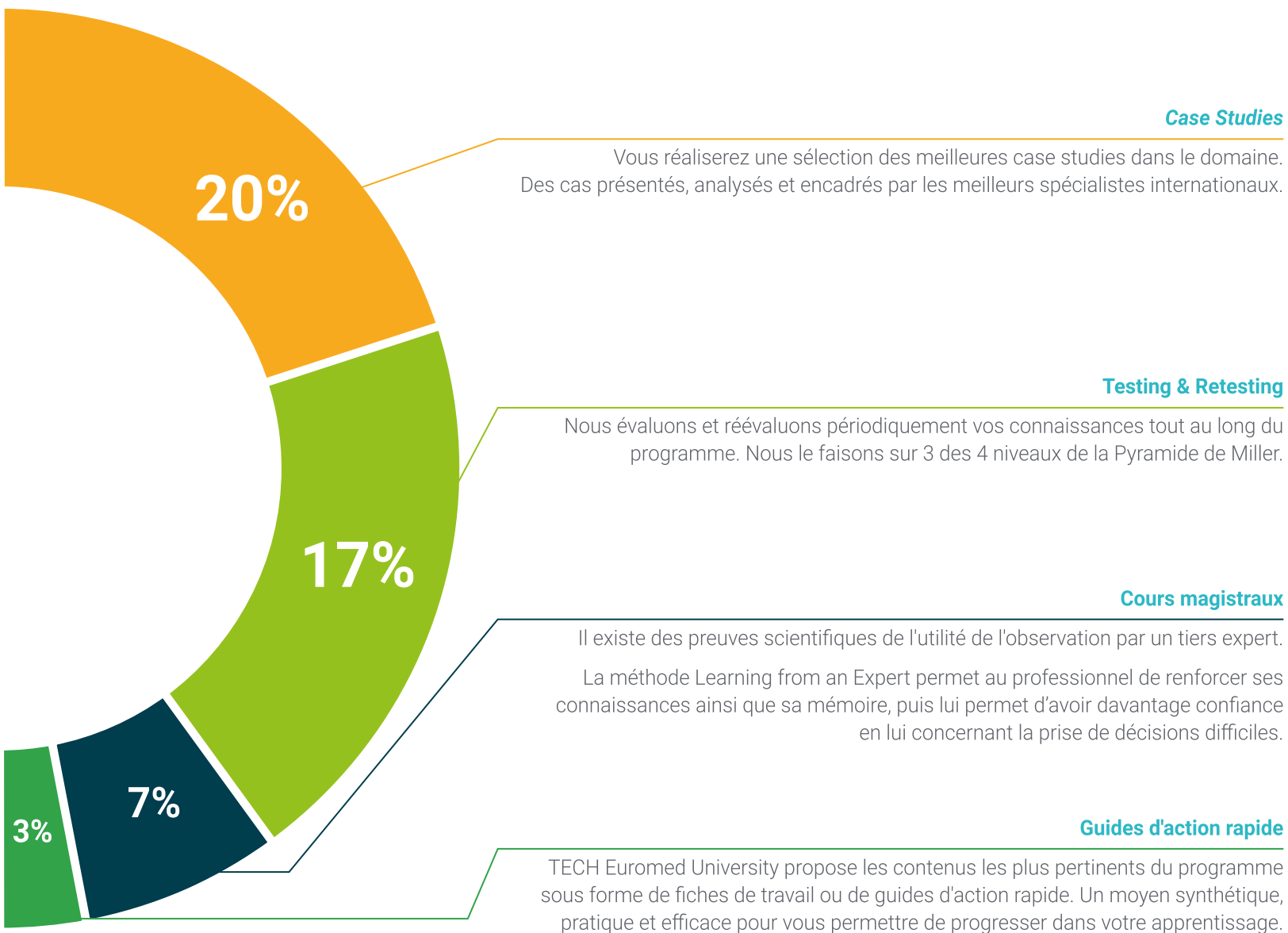
Ce système éducatif unique de présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que «European Success Story».



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus, guides internationaux, etc... Dans notre bibliothèque virtuelle, vous aurez accès à tout ce dont vous avez besoin pour compléter votre formation.





Case Studies



Testing & Retesting



Cours magistraux



Guides d'action rapide



07 Diplôme

Le Mastère Spécialisé en Stylisme de Mode garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Mastère Spécialisé délivré par TECH Global University, et un autre par Euromed University of Fes.



“

*Terminez ce programme avec succès
et recevez votre diplôme sans avoir à
vous soucier des déplacements ou des
formalités administratives”*

Ces diplômes de formation continue et d'actualisation professionnelle de TECH Global University et d'Université Euromed de Fès garantissent l'acquisition de compétences dans le domaine de la connaissance, en accordant une grande valeur curriculaire à l'étudiant qui réussit les évaluations et accrédite le programme après l'avoir suivi dans son intégralité.

Ce double certificat, de la part de deux institutions universitaires de premier plan, représente une double récompense pour une formation complète et de qualité, assurant à l'étudiant l'obtention d'une certification reconnue au niveau national et international. Ce mérite académique vous positionnera comme un professionnel hautement qualifié, prêt à relever les défis et à répondre aux exigences de votre secteur professionnel.

Ce double certificat, de la part de deux institutions universitaires de premier plan, représente une double récompense pour une formation complète et de qualité, assurant à l'étudiant l'obtention d'une certification reconnue au niveau national et international. Ce mérite académique vous positionnera comme un professionnel hautement qualifié, prêt à relever les défis et à répondre aux exigences de votre secteur professionnel.

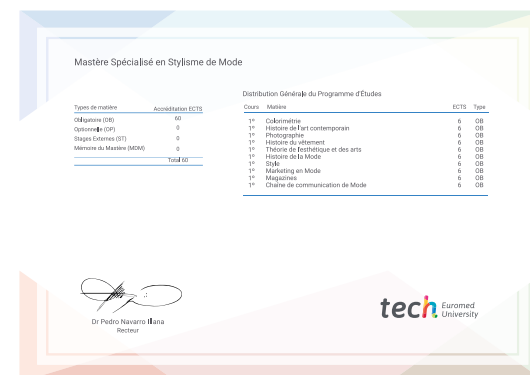
TECH Euromed est membre de :



Modalité : **en ligne**

Durée : 12 mois

Accréditation : **60 ECTS**



future

santé confiance personnes

éducation information tuteurs

garantie accréditation enseignement

institutions technologie apprentissage

communauté engagement

service personnalisé innovation

connaissance présent qualité

en ligne formation

développement institutions

classe virtuelle langues

tech Euromed
University

Mastère Spécialisé
Stylisme de Mode

- » Modalité : en ligne
- » Durée : 12 mois
- » Diplôme : TECH Euromed University
- » Accréditation : 60 ECTS
- » Horaire : à votre rythme
- » Examens : en ligne

Mastère Spécialisé Stylisme de Mode

The Design Society



tech Euromed
University