

NOS EXPERTISES



MARKETING

ZOOM SUR ...



MARKETING

FILIÈRES

- Marketing / Stratégie Commerciale
- Digital Business

SPÉCIALISATIONS

- Stratégie Commerciale
- Marketing Produit et Communication
- Communication Événementielle
- Marketing Digital - Campus Lyon
- Marketing stratégique - Campus Lyon (alternance uniquement)

MASTER OF SCIENCE (MSC)

- MSc Luxury Management & Innovation 

SEMESTRES ET DOUBLES DIPLÔMES À L'INTERNATIONAL



Patrice PICCARDI

Research Master in Industrial
Economics Université Pierre Mendès
France, Grenoble
patrice.piccardi@bsb-education.com



Mihaela BONESCU

PhD, Doctorat in Information and
Communication,
Université de Bourgogne
mihaela.bonescu@bsb-education.com



Stéphanie SIRE

Master Grande École,
Burgundy School of Business, Dijon
stephanie.sire@bsb-education.com

CARRIÈRES

MARKETING PRODUIT / COMMUNICATION



Emilie - BSB'07
Responsable campagnes
Marketing



Vincent - BSB'09
Global Head Of
Culture Marketing



Marie - BSB'17
Project Manager

STRATÉGIE COMMERCIALE



Nicolas - BSB'09
Directeur du
développement
Direction Global &
Strategic Partnerships



Emilie - BSB'12
Sourcing Manager



Benjamin - BSB'12
Senior
Account Manager

ÉVÉNEMENTIEL



Héloïse - BSB'14
Responsable
événementiel



Justin - BSB'17
Chef de projet



Valentine - BSB'17
Responsable
Marketing Conférences
& Partenariats

DIGITAL



Jafaar - BSB'17
Client Solutions Manager -
Luxury, Fashion



Pauline - BSB'11
Transformation & Process
Optimization Manager



Justine - BSB'18
Responsable
Média & Acquisition -
Armani Beauty

MARKETING DU LUXE



Sophie - BSB'17
Data Manager



Pierre - BSB'12
Global Head
of Digital Media



Emeline - BSB'06
Client Engagement &
Client Knowledge Manager

TÉMOIGNAGES



Cécile DUCROT-LOCHARD

BSB'97

Diplômée du Master Grande École

“

Je m'engage depuis des années pour montrer que luxe et développement durable sont compatibles.

J'ai ainsi passé 5 ans à HSBC à m'occuper des investissements socialement responsables. Un jour, j'ai fait venir Lafarge qui avait un tout nouveau partenariat avec WWF. Ce fut pour moi un déclic : je me suis dit que ce genre d'association devait avoir besoin de profils comme le mien pour se développer, et j'ai fait acte de candidature spontanée et ce fut le début de mon parcours dans le non profit.

D'abord Chargée des partenariats entreprises, je suis devenue Directrice de la philanthropie et responsables des programmes « Luxe & Environnement ».

J'ai décidé de quitter WWF pour me consacrer à l'écriture, et « Luxe et Développement Durable, la nouvelle Alliance » est sorti en 2011. Dans le même temps, j'ai monté un cabinet de conseil, Citizen Luxury.

Aujourd'hui je suis toujours à la tête de ce cabinet, et je viens également de rejoindre LVMH en tant que Directrice de la communication de la nouvelle maison de cosmétiques née tout début 2016, Cha Ling, incubée par Guerlain. Je suis ravie de me joindre à une initiative qui mêle luxe et développement durable et qui ose communiquer sur le sujet.

”





FILIÈRE MARKETING

OBJECTIFS

- Améliorer les compétences actuelles et la connaissance des métiers de la vente.
- Renforcer l'employabilité des étudiants intéressés par la fonction commerciale.

CONTENU DE LA FILIÈRE

La filière commence en 1^{re} année par des activités complémentaires organisées tout au long du 2nd semestre, et se poursuit par des ateliers participatifs au cours desquels les étudiants vont pouvoir mettre leurs acquis à l'épreuve.

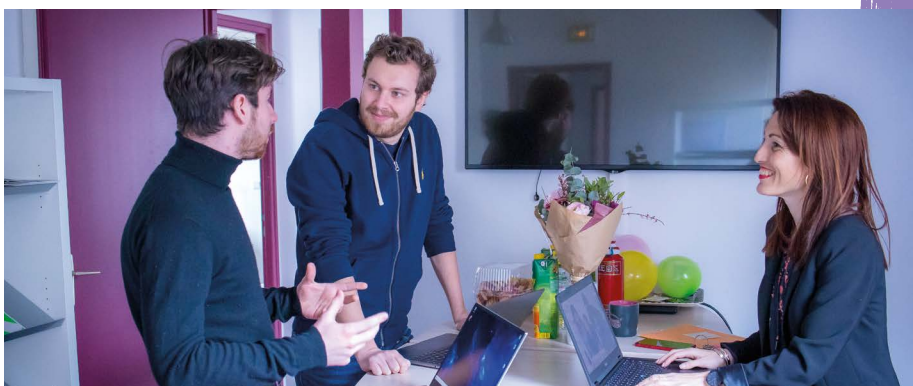
L'objectif de ces séances est de permettre aux participants de découvrir les métiers de la vente et

les opportunités de carrière, de mieux maîtriser les techniques de négociation par la mise en pratique, mais aussi de développer leurs compétences relationnelles.

C'est pourquoi ces séances sont exclusivement composées de cas pratiques et de simulations permettant d'acquérir les réflexes à la fois techniques et comportementaux.

Les participants devront s'adapter à différentes typologies d'interlocuteurs, et devront mettre en pratique leur écoute active et systématiquement chercher une solution gagnant-gagnant, avec une approche transversale et pluridisciplinaire.

La filière peut se poursuivre par une spécialisation Marketing en 3^e année.



CONTACT



Yoann BILLIET

vente@bsb-education.com

CAMPUS DIJON

FILIÈRE DIGITAL BUSINESS



OBJECTIFS

Cette filière permet aux étudiants de maîtriser les outils et développer les connaissances nécessaires à la création et la mise en œuvre de stratégies numériques efficaces. .

CONTENU DE LA FILIÈRE

La filière se déroule à compter du 2^e semestre de la 1^{re} année et se termine à la fin de la 3^e année. Durant le pré-master, les étudiants suivent des modules supplémentaires qui leur permettent d'approfondir leurs connaissances en marketing digital, commerce électronique et stratégie numérique.

Les apprentissages se concentrent sur le développement de compétences dans des domaines tels que l'optimisation des moteurs de recherche, le marketing des médias sociaux et la publicité en ligne. Ces compétences sont essentielles à l'ère numérique.

En approfondissant ces sujets, les étudiants comprendront comment les technologies numériques peuvent être utilisées pour créer de la valeur et développer une entreprise.

En 3^e année, les étudiants peuvent ensuite rejoindre la spécialisation Marketing Digital qui leur permet d'acquérir une vision stratégique à 360° du rôle du manager marketing que ce soit dans une startup très digitalisée ou une entreprise qui amorce sa transformation digitale.

CONTACT



Marta DE MIGUEL DE BLAS

marta.de-miguel-de-blas@bsb-education.com

CAMPUS LYON

SPÉCIALISATION STRATÉGIE COMMERCIALE

OBJECTIFS

Offrir aux étudiants un approfondissement et un élargissement de leurs connaissances en marketing, stratégie commerciale, gestion de la force de vente et négociation.

CONTENU DU PROGRAMME

MODULE 1 : RESPONSABLE COMMERCIAL EXPORT

- ▮ Identifier les règles de fonctionnement des marchés à l'international
- ▮ Étudier les marchés internationaux
- ▮ Comprendre les marchés cibles
- ▮ Construire son plan de développement
- ▮ Sélectionner les intermédiaires
- ▮ Manager ses intermédiaires
- ▮ Négocier à l'international
- ▮ Maîtriser les techniques de couverture des risques financiers

MODULE 2 : CHEF DE SECTEUR

- ▮ Mise en avant commerciale
- ▮ Plan d'action commercial
- ▮ Suivi commercial
- ▮ Management de la force de vente en mass market

MODULE 3 : INGÉNIEUR D'AFFAIRES

- ▮ Veille technologique et commerciale
- ▮ Accompagnement commercial des projets
- ▮ Gestion et suivi opérationnel des projets
- ▮ Management de la force de vente en B to B
- ▮ Training commercial

MODULE 4 : TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION AVANCÉES

- ▮ Techniques de communication d'influence adaptées à la négociation commerciale
- ▮ Démarche de prospection
- ▮ Training commercial



CARRIÈRES

- ▮ Ingénieur commercial
- ▮ Chargé d'affaires
- ▮ Business Developer
- ▮ Chef de zone
- ▮ Cadre export
- ▮ Responsable Comptes Clés
- ▮ Négociateur...

COMPÉTENCES VISÉES

- ▮ Connaître et surveiller son marché, ses concurrents, ses produits et ses clients
- ▮ Être capable de développer un positionnement différenciant sur le marché
- ▮ Connaître et comprendre les outils et techniques de l'information dans le cadre de la communication multicanal
- ▮ Rechercher en permanence une relation gagnant/gagnant
- ▮ Maîtriser les facteurs clés de succès de la vente à l'export et sécuriser les opérations
- ▮ Assurer la mise en avant commerciale, marketing et physique des produits de son entreprise auprès des points de vente

LES + DU PROGRAMME

Cette spécialisation prépare les étudiants aux métiers qui génèrent la majorité des opportunités d'embauche : la fonction commerciale.

- ▮ Manager une force de vente dans un environnement B to C
- ▮ Gérer la relation commerciale en veillant au respect du cahier des charges définis par le client
- ▮ Se positionner en interlocuteur privilégié du client dans l'entreprise et assurer le suivi des projets
- ▮ Développer sa capacité personnelle de communication pour maîtriser les modes de fonctionnement de ses interlocuteurs
- ▮ Mettre en place une démarche structurée de négociation prenant en compte toutes les implications stratégiques et dépasser les seules techniques de vente

CONTACT



Virginie ANGER-CIAIS

virginie.anger-ciais@bsb-education.com

CAMPUS DIJON
INITIAL OU ALTERNANCE

SPÉCIALISATION MARKETING PRODUIT ET COMMUNICATION

OBJECTIFS

Offrir aux étudiants un approfondissement et un élargissement des connaissances en marketing stratégique, en étude de marché, en gestion de l'offre B to B et B to C, ainsi qu'en gestion de la communication multicanal.

CONTENU DU PROGRAMME

MODULE 1 : DIRECTEUR MARKETING

- ▮ Analyse du portefeuille d'activités
- ▮ Définition de la stratégie marketing par domaine d'activité
- ▮ Segmentation, ciblage, positionnement
- ▮ Définition de l'offre
- ▮ Définition de la politique de distribution
- ▮ Stratégie de communication
- ▮ Médiaplanning
- ▮ Relations Presse et Relations Publiques
- ▮ Promotion des ventes
- ▮ Gestion budgétaire

MODULE 2 : CHEF DE PRODUIT

- ▮ Études de marché
- ▮ Stratégie : définition et positionnement du produit
- ▮ Lancement et animation opérationnelle
- ▮ Gestion budgétaire

MODULE 3 : BRAND MANAGER

- ▮ Analyse de l'identité et de l'image de marque
- ▮ Définition du positionnement et de la plateforme de marque
- ▮ Définition, production et évaluation du brand content
- ▮ Gestion de la réputation et de la légitimité de la marque

MODULE 4 : COMMUNICATION MULTICANAL

- ▮ Définition de la stratégie de communication
- ▮ Stratégie de communication multicanal
- ▮ Gestion de projet de création de sites web
- ▮ Gestion budgétaire et KPI



CARRIÈRES

- ▮ Analyste marketing
- ▮ Chargé d'études
- ▮ Category Manager
- ▮ Chef de produits
- ▮ Responsable communication
- ▮ Responsable marketing digital
- ▮ Chef de projet CRM
- ▮ Responsable médias et réseaux sociaux
- ▮ Responsable partenariats et management de trafic web
- ▮ Social Media Strategist
- ▮ Responsable e-réputation...



LES + DU PROGRAMME

Les cours sont dispensés en pédagogie active, avec une forte participation d'intervenants professionnels expérimentés, ayant managé dans la fonction du module enseigné.

COMPÉTENCES VISÉES

- ▮ Connaître et surveiller son marché, ses concurrents, ses produits et ses clients
- ▮ Être capable de développer un positionnement différenciant sur le marché
- ▮ Savoir faire preuve d'initiative, d'innovation et de créativité
- ▮ Connaître et savoir utiliser les panels de distributeurs et de consommateurs
- ▮ Connaître et comprendre les outils et techniques de l'information dans le cadre de la communication multicanal
- ▮ Concevoir, mettre en œuvre et animer la politique marketing en cohérence avec la stratégie générale de l'entreprise.
- ▮ Gérer la vie d'un produit sur un marché B to C
- ▮ Gérer la marque d'une organisation, de sa création au développement de la stratégie de contenu
- ▮ Définir une stratégie de communication multicanal pour promouvoir l'image de l'entreprise auprès de son environnement



CONTACT



Mihaela BONESCU

mihaela.bonescu@bsb-education.com

CAMPUS DIJON
INITIAL OU ALTERNANCE

SPÉCIALISATION COMMUNICATION ÉVÈNEMENTIELLE

OBJECTIFS

Présenter aux étudiants le panel des compétences impliquées dans un projet événementiel et les former sur les savoir-faire référents de chacune de ces disciplines.

CONTENU DU PROGRAMME

MODULE 1 : LA COMMUNICATION PAR L'ÉVÈNEMENT

- ▮ Les fondamentaux de la communication par l'événement
- ▮ Le concept de communication
- ▮ La visibilité de l'événement (média ou RP)

MODULE 2 : GESTION JURIDIQUE DES ÉCHANGES PROFESSIONNELS ET MANAGEMENT DES HOMMES

- ▮ Les métiers de l'événementiel
- ▮ Contrats dans l'événementiel
- ▮ Management des Hommes adapté aux conditions du secteur

MODULE 3 : LE PROJET ÉVÈNEMENTIEL

- ▮ Le développement commercial dans le secteur de l'événementiel
- ▮ Les outils de pilotage
- ▮ La logistique et la sécurité

MODULE 4 : CHAÎNE GRAPHIQUE ET COMMUNICATION DIGITALE

- ▮ Formation aux logiciels Adobe
- ▮ Les fondamentaux de la chaîne graphique print et web
- ▮ La gestion de projets digitaux



CARRIÈRES

- ▀ Chargé de projet événementiel
- ▀ Créateur d'événements
- ▀ Responsable sponsoring et mécénat,
- ▀ Manager de lieux d'accueil événementiels
- ▀ Chargé(e) de Relations Publiques
- ▀ Chargé de coordination événementielle
- ▀ Régisseur de site
- ▀ Attaché commercial de site
- ▀ Chargé de planning...



COMPÉTENCES VISÉES

- ▀ Maîtriser les fondamentaux de la communication par l'événement afin d'être en mesure de créer un positionnement différenciant et impactant
- ▀ Connaître et comprendre le spectre des métiers impliqués dans le projet événementiel afin de les encadrer et de les coordonner
- ▀ Piloter un projet, être capable d'optimiser un centre de profit.
- ▀ Leadership, pouvoir et intelligence sociale
- ▀ Avoir une culture graphique et la maîtrise des logiciels de création

LES + DU PROGRAMME

- ▀ Nous couvrons l'ensemble des dimensions du projet événementiel.
- ▀ Les cours combinent apports théoriques et mise en situation réelle.
- ▀ Les cours sont donnés par des professionnels du secteur ou préparés avec leur appui.

CONTACT



Stéphanie SIRE

stephanie.sire@bsb-education.com

CAMPUS DIJON
INITIAL OU ALTERNANCE

SPÉCIALISATION MARKETING DIGITAL

OBJECTIFS

Les métiers du marketing deviennent de plus en plus digitalisés, les managers dans cette fonction sont progressivement amenés à maîtriser les outils modernes qui automatisent certains processus de relations clients, exploitent les données (big data) pour améliorer l'expérience client, augmenter les revenus de l'entreprise et optimiser le suivi du parcours client en B2C ou B2B, offline ou online. La maîtrise de ces outils passe par une formation poussée des techniques qui permettront aux diplômés d'intégrer rapidement un poste en marketing digital avec un bagage de compétences techniques comme managériales immédiatement valorisables.

CONTENU DU PROGRAMME

MODULE 1 : STRATÉGIE ET ENVIRONNEMENT DU MARKETING DIGITAL

- ▮ Analyses de Marché
- ▮ Stratégies de Marketing Digital
- ▮ Services et Innovation dans le monde digital
- ▮ Droit numérique, RGPD et éthique digitale

MODULE 2 : MANAGEMENT DE LA RELATION CLIENT ET APPROCHE CUSTOMER- CENTRIC

- ▮ Segmentation des audiences, clustering
- ▮ Modélisation des profils clients
- ▮ Gestion des CRM, interprétation des datas
- ▮ Personnalisation et marketing digital one-to-one
- ▮ Optimisation du service client
- ▮ Peer-to-peer marketing

MODULE 3 : STRATÉGIES DE DISTRIBUTION ONLINE ET OFFLINE

- ▮ Management des canaux de distribution
- ▮ Optimisation de la supply chain, stratégie phygitale (click and collect, brick and mortar, web-to-store)
- ▮ Impact de l'internet des objets
- ▮ Mass-customization
- ▮ Dématérialisation du circuit de vente

MODULE 4 : STRATÉGIES DE COMMUNICATION ET GESTION DES MÉDIAS SOCIAUX

- ▮ Stratégie éditoriale, contenu de marque
- ▮ Supports et formats digitaux, canaux de communication en ligne
- ▮ Leviers d'acquisition, stratégie d'influence marketing
- ▮ Community Management
- ▮ Marketing viral, growth hacking (earn media) et online advertising (SEA, paid media)



MODULE 5 : MANAGEMENT DES VENTES SUR LES PLATEFORMES DIGITALES

- ▮ Inbound Marketing
- ▮ Stratégies de génération de leads, de transformation, d'audience, de conversion
- ▮ Pilotage des performances
- ▮ Vente en ligne
- ▮ Transformation du service après-vente (plateformes UGC)

MODULE 6 : MARKETING ANALYTIQUE ET DATA-MANAGEMENT

- ▮ Paramétrage des outils d'analyse
- ▮ Data-Marketing

MODULE 7 : DESIGN DE L'EXPÉRIENCE CLIENT SUR LES PLATEFORMES DIGITALES (UX / UI) ET GAMIFICATION

- ▮ Outils de création d'interfaces digitales, conception graphique
- ▮ Ergonomie, optimisations des parcours utilisateurs
- ▮ Certification Google Analytics
- ▮ Stratégies d'engagement des utilisateurs
- ▮ Stratégies de fidélisation

LES + DU PROGRAMME

Cette spécialisation est basée principalement sur des méthodes orientées vers pratiques et acquisition de compétences opérationnelles afin que les diplômés puissent intégrer les postes en marketing digital avec un bagage valorisable rapidement.

CARRIÈRES

- ▮ Directeur marketing
- ▮ Directeur de la communication
- ▮ Responsable e-marketing / e-commerce
- ▮ CDO (Chief Digital Officer)
- ▮ Chef de projet digital (web, e-commerce, mobile)
- ▮ Social Media Manager
- ▮ Consultant eBusiness
- ▮ Consultant SEO/SEA
- ▮ E-reputation Manager
- ▮ Chef de produit
- ▮ Content Manager
- ▮ Médiaplanner digital
- ▮ Consultant en stratégie digital
- ▮ Growth hacker
- ▮ Traffic Manager

COMPÉTENCES VISÉES

- ▮ Analyser l'environnement du marketing digital pour déceler les opportunités
- ▮ Segmenter l'audience, modéliser les cibles et personnaliser la relation client
- ▮ Définir une stratégie digitale innovante et fixer des objectifs cohérents
- ▮ Mesurer les performances digitales grâce au suivi des indicateurs
- ▮ Différencier les canaux digitaux et adapter des stratégies spécifiques
- ▮ Exploiter les canaux digitaux communiquer, prospecter, vendre, fidéliser
- ▮ Identifier les bonnes pratiques en termes de design d'expériences utilisateurs
- ▮ Optimiser le parcours utilisateur en ligne et proposer des gamifications

CONTACT



Aurore GALVES ORJOL

aurore.galves-orjol@bsb-education.com

CAMPUS LYON
INITIAL UNIQUEMENT

SPÉCIALISATION MARKETING STRATÉGIQUE

OBJECTIFS

Permettre aux étudiants d'acquérir les compétences nécessaires pour la mise en place d'une stratégie commerciale aussi bien en B to B, qu'en B to C. Cette formation est ouverte sur l'international et forme aux nouveaux outils marketing, et aux techniques de négociation avancée. Elle permettra aux étudiants d'acquérir les compétences nécessaires pour relever les défis marketing des entreprises dans un contexte de plus en plus concurrentiel.

CONTENU DU PROGRAMME

MASTER 1

MODULES DE TRONC COMMUN

- ▮ DEEP DIVE Entrepreneurship
- ▮ Marketing d'études et ressources numériques
- ▮ Management des systèmes d'information
- ▮ Philosophie du management
- ▮ Finance d'entreprise
- ▮ Transformation digitale
- ▮ Management des organisations
- ▮ Droit du travail
- ▮ Anglais et Langue Vivante 2

MODULES D'APPROFONDISSEMENT

- ▮ Stratégie de Produit et de Marque
- ▮ Marketing Opérationnel

MASTER 2

MODULES DE TRONC COMMUN

- ▮ Management stratégique
- ▮ Gouvernance d'entreprise
- ▮ Éthique des affaires
- ▮ Simulation entreprise
- ▮ Entreprise et réalité
- ▮ Développer sa posture managériale
- ▮ Anglais
- ▮ Méthodologie de la thèse professionnelle

MODULES DE SPÉCIALISATION

- ▮ Directeur marketing
- ▮ Communication Multicanal et stratégie digitale
- ▮ Chef de produit et ingénieur produits
- ▮ Chef de secteur et ingénieur d'affaires
- ▮ Techniques de commercialisation avancées
- ▮ Manager des ventes
- ▮ Responsable commercial export



CARRIÈRES

MÉTIERS DU MARKETING ET DE LA COMMUNICATION

- ▮ Chargé d'études
- ▮ Chef de produits
- ▮ Responsable communication
- ▮ Responsable marketing digital
- ▮ Chef de projet CRM
- ▮ Responsable médias et réseaux sociaux
- ▮ Chargé de projet événementiel
- ▮ Responsable sponsoring et mécénat
- ▮ Chargé de relations publiques
- ▮ Métiers du trade / business

DÉVELOPPEMENT

- ▮ Chef de rayon
- ▮ Responsable de secteur
- ▮ Responsable des ventes
- ▮ Category Manager
- ▮ Développeur de réseau de franchise
- ▮ Négociateur en centrale d'achats
- ▮ Merchandiser
- ▮ Responsable de marché
- ▮ Responsable export

LES + DU PROGRAMME

Cette spécialisation prépare les étudiants aux métiers qui génèrent la majorité des opportunités d'embauche : les fonctions marketing et commerciales.

En alternance sur le campus de Lyon, ce programme est accessible à partir du début du Master 1 ou uniquement en dernière année pour la spécialisation de Master 2.

COMPÉTENCES VISÉES

- ▮ Connaître et surveiller son marché, ses concurrents, ses produits et ses clients
- ▮ Être capable de développer un positionnement différenciant sur le marché
- ▮ Connaître et comprendre les outils et techniques de l'information dans le cadre de la communication multicanal
- ▮ Rechercher en permanence une relation gagnant/gagnant
- ▮ Savoir faire preuve d'initiative, d'innovation et de créativité
- ▮ Concevoir, mettre en œuvre et animer la politique marketing en cohérence avec la stratégie générale de l'entreprise
- ▮ Définir la stratégie de communication multicanal de l'entreprise et piloter sa mise en œuvre à l'échelle nationale ou internationale
- ▮ Gérer la vie d'un produit sur un marché B to C, de sa conception à sa distribution
- ▮ Maîtriser les facteurs clés de succès de la vente à l'export
- ▮ Développer les ventes d'un ou plusieurs rayons de produits, initier les opérations commerciales et animer une équipe
- ▮ Savoir mettre en place une démarche structurée de négociation en prenant en compte toutes les implications stratégiques et dépasser les seules techniques de vente

CONTACT



Thomas DAVY

vente@bsb-education.com

CAMPUS LYON
ALTERNANCE UNIQUEMENT



MSc LUXURY MANAGEMENT & INNOVATION



OBJECTIVES

This unique postgraduate program enables students to become confident managers in the global luxury industry. The holistic approach is undertaken in order to apply best practices of luxury management and innovation underpinned by an active learning pedagogy.

Students are empowered to develop skills with the objective of designing and implementing effective competitive strategies in the luxury marketplace. They will gain real-world experience and knowledge from academic professors and industry experts through several pedagogical scenarios: group projects, case studies, consultancy missions, and business competitions.

PROGRAMME

SEMINAR COURSES

FIELD TRIPS:

Discover the dynamics of the luxury environment with a retail safari.

FOUNDATIONS OF LUXURY MANAGEMENT:

Gain an in-depth understanding of history of luxury, cultural luxury, and traditional and emerging luxury industries.

SEMESTER 1 COURSES

BLOCK 1: DISRUPTIVE STRATEGIC MANAGEMENT

- ▮ Operational tools and methods to design
- ▮ Implementation and evaluation

BLOCK 2: CONSUMER BEHAVIOR AND PSYCHOLOGY OF LUXURY

- ▮ Specificities of luxury consumerism
- ▮ Segmentation

BLOCK 3: DIGITAL PROJECT CONSULTING

BLOCK 4: GLOBAL MARKETING STRATEGY

- ▮ International Marketing Strategy
- ▮ Business Strategy

BLOCK 5: INTERNATIONAL LUXURY MARKETING

- ▮ Principles of luxury brand management
- ▮ Designing and implementing international luxury marketing strategies
- ▮ Managing luxury brands over geographic boundaries

BLOCK 6: ONLINE & REMOTE NEGOTIATION

- ▮ International Negotiation

BLOCK 7: RESEARCH METHODS

SEMESTER 2 COURSES

**ADVANCED
LUXURY TRACK:**

- ▮ Fashion forecasting
- ▮ Sustainable development
- ▮ Emerging Markets
- ▮ Gastronomy and Hospitality

**BLOCK 1:
DETECTING AND
IMPLEMENTING BUSINESS
OPPORTUNITIES**

- ▮ Theories and Frameworks of International Marketing
- ▮ International Marketing Plan

**BLOCK 2:
REINVENTING
LUXURY**

- ▮ Disruptions to Luxury Fundamentals
- ▮ Role of Digitalization
- ▮ Social and Political Impacts
- ▮ New technologies

**BLOCK 3:
LUXURY
ENTREPRENEURSHIP**

- ▮ International Luxury Business Plan Competition
- ▮ Luxury Business Pitch

**BLOCK 4:
INTERNATIONAL
BUSINESS PROJECT****BLOCK 5:
BUSINESS CASES****BLOCK 6:
CLOSING FIELD
TRIPS****BLOCK 7:
RESEARCH METHODS****TARGETED JOBS**

- ▮ Product / brand manager
- ▮ Market researcher
- ▮ Data Analyst
- ▮ Marketing manager
- ▮ Sales manager
- ▮ Account manager
- ▮ Communications Manager...

SKILLS DEVELOPMENT

- ▮ To apply theories and research skills to solve real-world problems in the luxury industries
- ▮ To gain a pragmatic international business overview
- ▮ To design, develop, implement and evaluate international marketing strategies.
- ▮ Develop abilities as a marketing manager to use societal marketing in day to day operations
- ▮ To critically analyse theoretical marketing concepts and frameworks within a luxury context
- ▮ To understand the roles of cutting edge research technologies, digital revolutions and social and political impacts on the luxury landscape
- ▮ Manage clients' relationship in a consultancy context: be able to take a brief, identify the problematic stakes, interact with the client all along the mission and present tangible recommendations to the client
- ▮ To be able to take into account the complexity of negotiation in a global context



REQUIREMENTS

- English Language Certificate: TOEIC 750 or IELTS 6.0 or Duolingo 95
- Interview with Head of Programme

DISTINCTIVE FEATURES

BSB ACADEMIC PARTNERSHIPS:

In addition to its BSB academic experts, the MSc Luxury Management & Innovation welcomes prestigious university academics, providing students with their international expertise and delivering world-class teaching.

THE VIVID BSB PROFESSIONALS AND ALUMNI NETWORK

provides students access to networking and career development opportunities; teaching is also delivered in tight collaboration with industry partners.

BSB ANCHORAGE:

Dijon being at the heart of the Bourgogne-Franche-Comté luxury nest, field trips allow students to discover and further understand the dynamics of the luxury environment.



CONTACT



Patrice PICCARDI

patrice.piccardi@bsb-education.com

DIJON CAMPUS
100% ENGLISH TRACK





↑ Joséphine, étudiante en double diplôme aux États-Unis

SEMESTRES ET DOUBLES DIPLÔMES À L'INTERNATIONAL

DÉCOUVRIR UN SECTEUR À L'INTERNATIONAL (EXTRAIT)

Marketing du Luxe, Marketing de la Mode, Marketing du Sport, Marketing du Tourisme, Marketing Digital, Marketing International...

SEMESTRES À L'INTERNATIONAL (SEMESTRE 3 OU 4)

- International Marketing Management, Stellenbosch University - Cape Town - South Africa
- Sport Marketing, Oklahoma State University - USA
- Sport Marketing, Ohio University, USA
- International Marketing, University of Warwick - Coventry, United Kingdom
- Marketing, University of Ljubljana, School of Economics and Business - Slovenia

SPÉCIALISATIONS DE MASTER 2 À L'INTERNATIONAL (SEMESTRE 5 OU 6)

- Tourism Marketing, Universidad de Cantabria - Spain
- Digital Marketing, Estonian Business School - Tallinn, Estonia
- International Tourism Management and Marketing, University of Nottingham - United Kingdom
- Marketing Analytics, University of Western Australia - Perth, Australia



DOUBLES DIPLÔMES

MASTER IN FASHION AND LUXURY MANAGEMENT

LIUSS BUSINESS SCHOOL - ROME, ITALY

LANGUAGE OF INSTRUCTION

- English

PROGRAMME DESCRIPTION

Duration: 1 year of 3 academic semesters

Dates: September to May

PROGRAMME STRUCTURE

TRIMESTRE I (SEPTEMBRE À DÉCEMBRE)

- Strategy
- Marketing Management
- Accounting and Performance Measurement
- Financial Management
- Branding
- Supporting Functions & Supporting Systems
- Talent Management & Organisation
- Operations & Supply Chain Management

TRIMESTERS II & III – MAJOR IN FASHION

- Business Models in the Fashion Industries
- Product & Merchandising
- Brand Strategies in the Fashion Industries
- Management Control
- Communication
- Fashion law

- Organisation & People Management in Fashion Firms Distribution
- Fashion History
- Labs
- Project work

OR

TRIMESTERS II & III – MAJOR IN LUXURY

- Business Models in Luxury Industries
- Luxury Market and Key Players
- Brand Strategies in the Luxury Industries
- CRM and promotions
- Organisation & People Management in Luxury Firms
- Consumer Behavior in Luxury Industries
- Store Concept and Design
- Luxury Channel and Distribution Management
- Marketing in Luxury Industries
- Labs
- Project work

REQUIREMENTS

- Academic average BSB > 13
- TOEIC 785, IELTS 6.5 ou TOEFL IBT 80



MASTER OF SCIENCE (MSc) DIGITAL MARKETING

NORTHUMBRIA UNIVERSITY - NEWCASTLE, UNITED KINGDOM

LANGUAGE OF INSTRUCTION

- English

PROGRAMME DESCRIPTION

This MSc is accredited by, and has been designed in line with the requirements of, the Chartered Institute of Marketing (CIM), and the Institute of Direct and Digital Marketing (IDM) and its content reflects the very latest developments in the field, including location-based marketing, user experience, customer journey mapping and mobile marketing.

It focuses on the knowledge and skills you'll need to be successful in modern marketing and you'll build a portfolio of materials to present to future employers including created web content, video content, profile infographics, customer journey maps, campaign proposals and analytics.

The course culminates in either a Master's dissertation or a consultancy project tackling an issue faced by a real client

- Duration:** 1 year of 3 academic semesters
- Dates:** September to September

PROGRAMME STRUCTURE

The program consists of 8 core courses and a thesis or Consultancy Project.

SEMESTER 1:

CORE CURRICULUM COURSE

- Developing Global Management Competencies I
- Strategic Marketing in the Digital Era
- The Digital Customer Journey : Data, Profiling and CRM

SEMESTER 1 ET 2:

CORE CURRICULUM COURSE

- Academic and Professional Development
- Dissertation preparation and Research Methods

SEMESTER 2:

CORE CURRICULUM COURSE

- Developing Global Management Competencies II
- Digital Campaign Management and Media
- Marketing Metrics and Analysis

SUMMER: THESIS

- Either The Newcastle Business School Masters dissertation: Approved and relevant topic for MSc Digital Marketing
- Or Masters Consultancy Project

REQUIREMENTS

- IELTS : 6,5 (min 5,5 dans chaque partie)
- Academic average BSB : 12,5 / 20



MASTER OF SCIENCE (MSc) MARKETING

UMEÅ UNIVERSITY - SWEDEN

LANGUAGE OF INSTRUCTION

- English

PROGRAMME DESCRIPTION

- Duration:** 2 semesters
- Dates:** mid-August to end of June

PROGRAMME STRUCTURE

The program consists of 4 core courses, one or two electives and a thesis.

SEMESTER 1: CORE CURRICULUM COURSE THAT CONSTITUTES THE MODULE "CONSUMER BEHAVIOR, MARKET ANALYSIS AND STRATEGIC DECISION MAKING"

- Perspectives on Strategy
- Consumer Behaviour
- Consumer and Market Analysis
- Strategic Marketing Planning

SEMESTER 2 : 1 OR 2 ELECTIVES TO FOLLOW AMONG (FOR EXAMPLE)

- Innovation Management
- New Product Innovation
- Quantitative Research Methods for the Social Sciences
- Corporate Governance
- Swedish

SEMESTER 2: MASTER'S THESIS

A thesis is to be written in groups of 2 students. In addition to the defense, the student must oppose another thesis and two side oppositions to succeed in his Master's degree.

SPECIFICITIES OF THE PROGRAMME

PREREQUISITES

Have validated a total of 7.5 ECTS credits in marketing and 7.5 ECTS credits in statistics/mathematics

REQUIREMENTS

- TOEFL : 90 (minimum 20 in writing)
- IELTS : 6,5 (minimum 5.5 in each subpart)
- GMAT : priority will be given to candidates with a GMAT score
- Academic average BSB : 12,5/20



MASTER OF COMMERCE (MSc)

MARKETING MAJOR, LUXURY BRANDING SPECIALISATION

CURTIN UNIVERSITY, PERTH - AUSTRALIA

LANGUE D'ENSEIGNEMENT

Anglais

DESRIPTIF DU PROGRAMME

Le programme Master of Commerce – Marketing Major est un programme sur deux ans mais vous obtiendrez des équivalences et ne ferez donc qu'un an. Vous suivrez la spécialisation Luxury Branding de la Major Marketing du Master of Commerce. Le programme est modulaire, ce qui vous permet de prendre les modules dans l'ordre qu'il vous convient. Les cours proposés couvrent les fondamentaux en Management des marques du luxe, design, esthétiques ainsi qu'en innovation et les techniques neuromarketing. Dans le projet de recherche, vous vous concentrerez sur un problème commercial ou de recherche et synthétiserez les résultats ou les solutions innovantes pour intégrer le projet dans des entreprises ou autres organisations.

Vous rédigerez ensuite un rapport professionnel grâce à un projet de recherche (une analyse de documents, méthodologie de recherche, collecte de données, analyse etc). Vous y présenterez vos résultats et leurs recommandations.

- **Durée :** 1 an (sur les deux ans du programme)
- **Dates :**
 - Semestre 1 : de juillet à novembre de l'année N
 - Semestre 2 : de février à juin de l'année N+1

STRUCTURE DU PROGRAMME

(soit 150 crédits locaux).

Pour plus d'informations :

- Marketing Major (Master of Commerce)
- Luxury Branding Specialisation

FALL AND SPRING SEMESTERS (ALL UNITS ARE AVAILABLE IN BOTH SEMESTERS)

In no particular order except Capstone Unit

- Marketing Major (Master of Commerce)
 - User Experience Design
 - Creative Strategies and Decision Making
 - Choose one of:
 - Integrated Global Communications; OR
 - Marketing Intelligence and Analytics
 - Luxury Branding Specialisation
 - Branding Luxury
 - Brand Design Aesthetics
 - Brand Semiotics and Storytelling
 - Choose one of:
 - Consumer Biometrics & Innovations; OR
 - Big Data Analytics in Marketing
- Capstone Unit
- Commerce Research Project

Attention :

En tant qu'étudiant allant au diplôme vous devrez obligatoirement suivre les deux modules complémentaires ci-dessous :

- Post-entry Language Assessment (PELA) (non crédité)
Il s'agit d'une évaluation de vos compétences en rédaction (en anglais). L'information ainsi collectée est utile pour vous apporter l'aide adaptée en fonction de votre niveau.
- Academic Integrity Program (AIP) (non crédité) Il s'agit d'un cours en ligne de deux heures et demie environ, suivi d'une évaluation à laquelle vous devez obtenir 80 %, vous pouvez le passer autant de fois que vous le souhaitez.



EXIGENCES

Exigence linguistiques 6.5 IELTS (aucun sous-score en-dessous de 6.0).

Certains Electifs et Modules d'Excellence doivent obligatoirement être choisis pour être éligible :

PROGRAMME MGE S3 À BSB

- "Deep Dive" Entrepreneurship Seminar
- Marketing Analytics & Digital Resources - Level 2
- Information Systems Management - Level 1
- Philosophy of Management
- Corporate Finance - Level 2
- 1 Elective Module: Marketing Strategy - Level 1 English Module / Other Language

PROGRAMME MGE S3 À BSB

- 5 Excellence in Pedagogy Modules
- 3 Elective Modules : Luxury Marketing and Premium Products - Level 3
- Digital Content Marketing - Level 2
- Marketing Advanced - Product and Branding Strategy
- English Module / Other Language
- Internship

OBTENTION DU DIPLÔME

Afin d'obtenir le diplôme Curtin University, les étudiants doivent valider l'ensemble des crédits.



MSc IN MARKETING ANALYTICS (MSMA)

SOLBRIDGE INTERNATIONAL SCHOOL OF BUSINESS - DAEJON, SOUTH KOREA

LANGUE D'ENSEIGNEMENT

- Anglais

DESRIPTIF DU PROGRAMME

Le programme MSc in Marketing Analytics (MSMA) totalise sur deux ans 45 crédits obtenus en validant 15 modules de 3 crédits chacun. 6 de ces modules sont des modules de tronc commun et 9 sont des électifs. Après consultation avec le Coordinateur Pédagogique de Solbridge International School of Business, un plan de cours composé de cours de tronc commun et d'électifs sera défini prenant en compte les modules validés en Master 1 à BSB. Ce transfert permet de valider la première année d'études au niveau master. Les étudiants devront obtenir 24 crédits lors de leur année d'études à Solbridge International School of Business pour être diplômés.

Durée : 1 an (sur les deux ans du programme)

Dates :

- Semestre d'automne : août à mi-décembre
- Intersession : mi-décembre à fin janvier
- Semestre de printemps : début mars à mi-juin.
- Intersession : mi-juin à fin juillet

STRUCTURE DU PROGRAMME

7 cours obligatoires dans le programme mais l'administration de Solbridge peut vous proposer de les remplacer par des électifs si vous avez déjà suivi certains de ces cours lors de votre M1 à BSB. 9 crédits doivent être pris parmi les « Technology Electives ». Les programmes d'immersion et de stage ne sont pas obligatoires pour les étudiants en double diplôme.

Ils pourront remplacer ces cours par les électifs de leur choix.

Les cours à prendre seront confirmés par Solbridge International School of Business, au cas par cas, selon votre profil.

TRONC COMMUN (21 CRÉDITS)

- Computer programming with R language
- Regression analysis with R language for Business
- Computer programming with Python
- Marketing Management
- Marketing Research
- Marketing Analytics
- Field Study in Korea

ELECTIFS (24 CRÉDITS)

Technology Electives

- International Immersion
- Capstone Project
- Internship
- Database Marketing
- Social Media and Digital Marketing
- Pricing Analytics
- Data Analytics for Business
- Managerial Skills
- Business Communication
- International Business in Asia
- Management Information Systems
- Doing Business in Korea
- Doing Business in China
- Cybersecurity
- Digital Business & Innovation
- Tech Entrepreneurship & Product Development
- Database Management
- Software Engineering
- Strategy for Tech
- Exploratory Data Analysis and Visualization
- Statistical Modeling and Inference



Other Electives

- Master's Thesis
- Data Analytics for Business
- Statistical Analysis
- Project Management
- Consumer Behavior and Decision Making
- Marketing Strategy Marketing Communications and Advertising
- International Marketing
- Special Topics in Marketing
- Investment Analysis Mergers & Acquisitions
- Corporate Finance
- Financial Markets and Institutions
- Financial Derivatives
- Special Topic In Finance
- Accounting & Decision Making
- Business Communication Business Economics

TOTAL : 45 crédits

Vous pourrez étudier la langue coréenne tout au long de l'année (cours non crédité et non obligatoire mais recommandé).

Attention :

Les cours obligatoires sont dispensés durant les semestres longs. Durant les intersessions, seuls les cours électifs sont proposés. Les étudiants peuvent suivre un cours lors des intersessions. En fonction de l'articulation des crédits et des cours de chaque étudiant, il se peut qu'ils aient un parcours différent lors des intersessions.

EXIGENCES

- ▀ Exigence linguistiques 6.0 IELTS ou 79 IBT TOEFL
- ▀ Exigences académiques : GPA de 3.0/4.5 sur le programme MGE

OBTENTION DU DIPLÔME

Afin d'obtenir le diplôme de Solbridge International School of Business, les étudiants doivent obtenir un total de 24 crédits et obtenir au minimum un GPA de 3.0/4.5.



SE SPÉCIALISER À BSB

- FINANCE D'ENTREPRISE - AUDIT EXPERTISE CONSEIL
- MARKETING
- MANAGEMENT DES ARTS ET DE LA CULTURE
- ENTREPRENEURIAT ET INNOVATION
- MANAGEMENT - RESSOURCES HUMAINES
- INNOVATION & DIGITALISATION DES ORGANISATIONS
- MANAGEMENT DES VINS ET SPIRITUEUX

CONTACT



Pauline LAPERTOT

+33 (0) 380 725 866

pauline.lapertot@bsb-education.com

CAMPUS



DIJON

29 rue Sambin
21000 Dijon

Tél. +33 (0)380 725 900



LYON

Immeuble Le Triptyk
37 rue Saint Romain - 69008 Lyon
Tél. +33 (0)428 297 720

BSB
BURGUNDY SCHOOL OF BUSINESS

We believe
in you *74*

SUIVRE L'ACTU BSB



@BURGUNDYSB
BSB-EDUCATION.COM

ÉDITION Mai 2023

Ce document donne une présentation non contractuelle. Des ajustements académiques et pédagogiques sont susceptibles de faire évoluer les enseignements.

Crédits photos : Sensation Web, Unsplash, Shutterstock.

