

ÉCOLE INTERNATIONALE DE MARKETING DU LUXE



4 CAMPUS : PARIS, LYON, LILLE, AIX-EN-PROVENCE

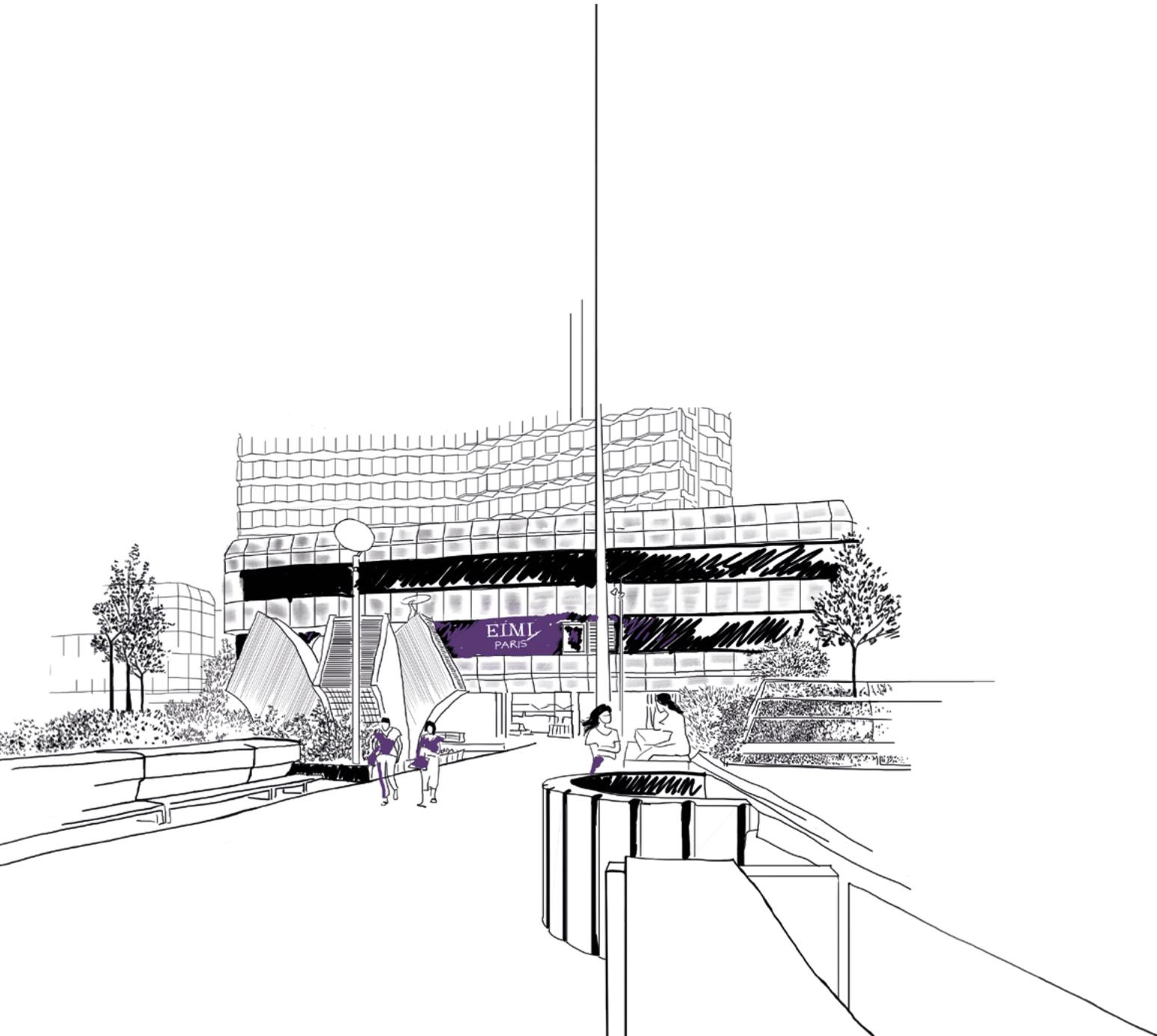
TITRES RECONNUS PAR L'ETAT
NIVEAUX 6 ET 7

SPÉCIALISATIONS
SECTORIELLES

ALTERNANCE
POSSIBLE

ÉCHANGES
INTERNATIONAUX

ÉTABLISSEMENT D'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR TECHNIQUE PRIVÉ





BIENVENUE À L'EIML PARIS

L'EIML Paris est la grande école de référence en marketing du luxe qui offre en cinq années une expertise de haut niveau sur l'ensemble du secteur du luxe (mode et accessoires, joaillerie et horlogerie, parfums et cosmétiques, art de vivre, hôtellerie, vins et spiritueux, services du luxe, etc.) tant au niveau national qu'international.

Le cursus et la pédagogie proposés à l'EIML Paris ont été conçus pour répondre aux attentes des entreprises du luxe à la recherche de cadres disposant de compétences en marketing et en management, maîtrisant les codes du luxe, sensibilisés aux contraintes techniques des produits à forte valeur ajoutée et aux univers des créatifs et des artisans du luxe.

À l'École Internationale de Marketing et Management du Luxe de Paris, notre pédagogie repose sur trois piliers fondateurs :

- ▶ *Un enseignement dispensé par des professionnels issus de l'industrie du luxe ainsi que par des sociologues et chercheurs de référence sur ce secteur. Inspiré des grandes écoles et universités internationales, l'enseignement des fonctions marketing et managériales repose, par ailleurs, sur des études de cas sectorielles en français et en anglais, sur le retour d'expérience des intervenants et sur les missions de conseil proposées aux étudiants.*
- ▶ *Une immersion aux codes du luxe avec de nombreuses visites et conférences proposées au cours des cinq années du cursus : visites de boutiques et de concept-stores, de salons professionnels dans le luxe, d'expositions culturelles et artistiques, rencontres de personnalités clés du luxe, et organisation de séminaires par des experts du secteur.*
- ▶ *Une cellule dédiée à l'accompagnement afin de placer tous nos étudiants en entreprises, stage ou alternance et également les aider dans leur recherche d'emploi via les coachings, l'organisation de journées dédiées au recrutement et le suivi personnalisé.*

De nombreuses entreprises de taille moyenne et des grands groupes du luxe comme LVMH, L'Oréal, Chanel, Estée Lauder, accompagnent l'EIML Paris, permettant aux étudiants de découvrir les coulisses de ce secteur économique majeur qui emploie près de 200 000 personnes rien qu'en France, berceau du luxe et une croissance des ventes en augmentation de 10 à 15% au niveau mondial avec Près de 300 milliards d'euros de chiffre d'affaires dans le monde en 2022.

Sandrine Poupon, Directrice de l'EIML Paris



SOMMAIRE

- 6-7 L'EIML PARIS
- 8-9 LES POINTS FORTS DE L'EIML PARIS
- 10-11 DYNAMIQUE DU CURSUS
- 12-13 LES CAMPUS
- 14-21 PROGRAMME MARKETING DU LUXE
- 22-23 SÉJOURS D'ÉTUDES À L'INTERNATIONAL
- 24-29 INTERNATIONAL PROGRAM
- 30-37 PROGRAMME LUXE ET MERCHANDISING
- 38-51 BACHELORS SPÉCIALISÉS
 - 40-43 RETAIL DANS LE LUXE
 - 44-47 CLIENT ADVISOR EN PARTENARIAT AVEC L'INSTITUT DES MÉTIERS D'EXCELLENCE LVMH
 - 48-51 MANAGEMENT DE LA MODE EN PARTENARIAT AVEC MODART INTERNATIONAL
- 52-55 ONLINE MBA IN LUXURY MARKETING
- 56-67 DESIGN PROJECT PROGRAM
 - 68 LES ATELIERS DU LUXE
 - 69 LES CONFÉRENCES DU LUXE
 - 70 LA CITÉ DU LUXE
 - 71 LES MISSIONS DE CONSULTING
 - 72 LES SÉMINAIRES THÉMATIQUES
- 73-75 STAGES, ALTERNANCES ET CARRIÈRE
- 76-77 SUMMER SESSIONS
 - 78 VIE ETUDIANTE
 - 79 LES ANCIENS
 - 80 LES ADMISSIONS
 - 81 LE FINANCEMENT DES ÉTUDES
 - 82 SKOLAE
 - 83 CONTACT

L'EIML PARIS, LA GRANDE ÉCOLE INTERNATIONALE DE MARKETING ET MANAGEMENT DU LUXE

LE SECTEUR DU LUXE

Le secteur du luxe a connu un rebond spectaculaire en 2021 et a déjà absorbé la crise de la Covid-19. Le chiffre d'affaires mondial du luxe (pour le secteur des biens personnels) s'élève à 294 milliards d'euros, en progression de 32% (taux de change constant) par rapport à 2020, mais aussi en progression de 9,7% par rapport à 2019 (avant la pandémie). Ces résultats impressionnants, qui ont dépassé les prévisions des experts du luxe, démontrent à nouveau la forte résistance du marché du luxe et sa capacité de rebond. Les prévisions de croissance du marché du luxe pour 2024 et 2025 sont de 6 à 9% en moyenne par an et pourrait atteindre 360 à 380 B€ en 2025.

Les acteurs du luxe se positionnent aujourd'hui sur un marché de 450 millions de consommateurs, en forte progression chaque année. Ces bonnes performances du secteur du luxe s'expliquent par la forte désirabilité des marques et des produits de luxe, notamment auprès des jeunes générations, Y et Z, qui représentent aujourd'hui plus de 60% du marché. Cependant, elles sont aussi le fruit de stratégies marketing efficaces des principaux acteurs du luxe, qui ont su s'adapter aux facteurs de changement tout en conservant leur nature et leurs fondamentaux. Ces derniers mois, les maisons de luxe ont débarqué dans le métaverse, multiplié les ventes de NFT, et développé une offre produit dématérialisée, transformé leur boutique en lieu d'expérience unique, avec pour exemple le 30 avenue Montaigne de Dior. Elles ont su s'adapter aux tendances de consommation actuelles en développant de nouvelles stratégies de distribution et d'engagement client.

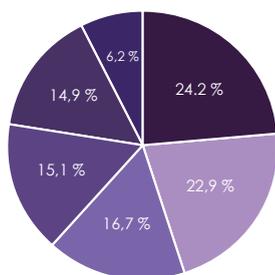


CHIFFRES CLÉS DU MARCHÉ DU LUXE

- ▶ Marché de plus de 294 milliards d'euros
- ▶ Plus de 450 millions de consommateurs dans le monde
- ▶ Les générations Y et Z représentent aujourd'hui plus de 60% du marché

(source: les Echos Etudes - 2021)

RÉPARTITION PAR FAMILLE DE PRODUITS :



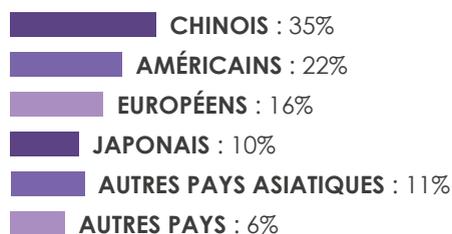
(source: les Echos Etudes - 2021)

▶ **Marché total secteur des biens personnels : 294 Mds d'euros en 2021**

- Maroquinerie : 24,2 %
- Parfums et cosmétiques : 22,9 %
- Prêt-à-porter / couture : 16,7 %
- Vins et spiritueux : 15,1 %
- Joaillerie et horlogerie : 14,9 %
- Autres : 6,2 %



RÉPARTITION DES PRINCIPAUX CONSOMMATEURS AUPRÈS DES JEUNES GÉNÉRATIONS :



(source: les Echos Etudes - 2021)



LES PRINCIPAUX MÉTIERS DANS LE LUXE

MARKETING

- ▶ Chef de produit
- ▶ Responsable merchandising
- ▶ Responsable marketing
- ▶ Chargé d'études
- ▶ Responsable développement produits
- ▶ CRM et client care manager
- ▶ Visual merchandiser
- ▶ Responsable Merchandising

DIGITAL MARKETING

- ▶ Community manager
- ▶ Traffic manager
- ▶ Responsable marketing digital
- ▶ Responsable de communication digitale
- ▶ Responsable e-commerce
- ▶ Chef de projet digital
- ▶ E-merchandiser

COMMUNICATION

- ▶ Responsable communication
- ▶ Attaché de presse
- ▶ Chef de projet événementiel
- ▶ Responsable sponsoring
- ▶ Média planeur
- ▶ Chef de publicité
- ▶ Brand content manager

COMMERCE ET DISTRIBUTION

- ▶ Directeur de boutique
- ▶ Directeur des ventes
- ▶ Directeur import/export
- ▶ Conseiller clientèle
- ▶ Ingénieur d'affaires à l'international
- ▶ Responsable logistique
- ▶ Acheteur international
- ▶ Acheteur produits finis
- ▶ Responsable supply chain

LE CONSEIL DE PERFECTIONNEMENT

PIERRE AZOULAY,
École Centrale de Paris,
fondateur du groupe ESG

LORENZ BAUMER,
Président Directeur Général,
Lorenz Baumer Joaillerie

ANNABEL BISMUTH,
Docteur en Sciences de gestion, HEC Paris,
Directrice Académique SKOLAE

LAETITIA BROT,
Directrice des Ressources Humaines,
Fursac

FATHALLAH CHAREF,
Directeur des Ressources Humaines,
Le BHV (Groupe Galeries Lafayette)

GEOFFROY D'ANGLEJEAN,
Directeur Général, La Maison du Chocolat

NATHALIE DE PLACE,
Directrice du patrimoine et DRH,
Boucheron (Groupe Kering)

RAPHAEL EWENCZYCK,
Directeur Général Délégué,
Emmanuelle Khahn

BÉATRICE TACHET,
Docteur en Sciences de gestion, IAE Paris,
Responsable Pédagogique EIML Paris

ALEXANDRE FAUVET,
CEO, Fusalp

YANN LE FLOCH,
Directeur Général, Instant Luxe
(Groupe Galeries Lafayette)

ALAIN NEMARQ,
PDG, Mauboussin

ANNE-SOPHIE PIC,
Chef trois étoiles, Groupe PIC

PHILIPPE POULACHON,
Fondateur, Bellota-Bellota

AUDREY SADKA,
Docteur en Sciences de gestion, HEC Paris,
Professeur à l'Université de Boston College

JEAN-BAPTISTE SASSINE,
Directeur Général Délégué,
Messika Joaillerie

Karine NEBOT
Directrice Générale, KAVIARI

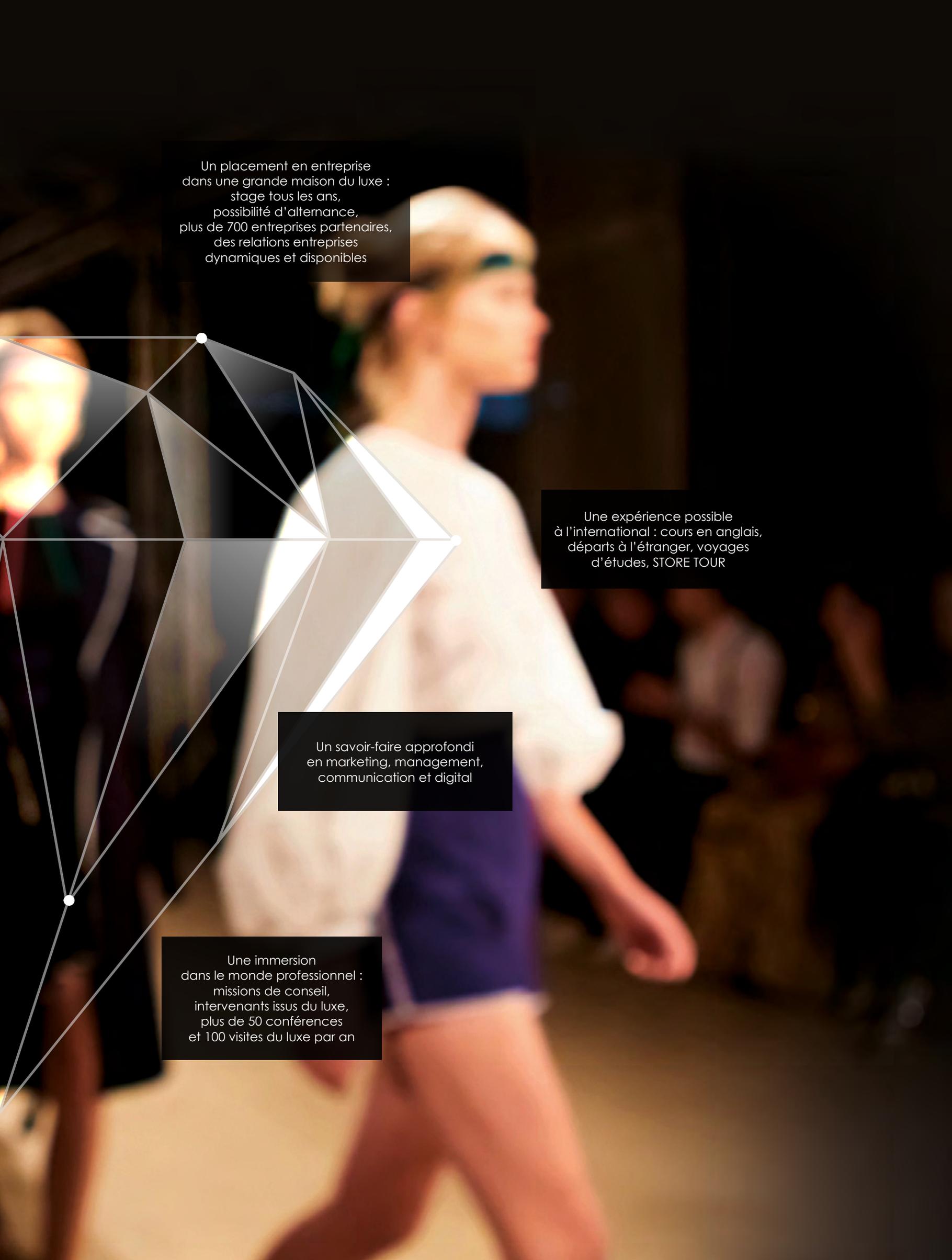
LES POINTS FORTS DE L'EIML PARIS

L'EIML Paris est
la 1^{re} école spécialisée
dans le domaine
du luxe en France

Une expertise
sectorielle poussée
sur des domaines
ciblés

Une culture générale
sur les principaux secteurs
du luxe et les arts dispensés
par des professionnels
de leur domaine

Une formation sur-mesure
aux métiers du marketing,
digital, communication,
merchandising
et retail dans le luxe



Un placement en entreprise
dans une grande maison du luxe :
stage tous les ans,
possibilité d'alternance,
plus de 700 entreprises partenaires,
des relations entreprises
dynamiques et disponibles

Une expérience possible
à l'international : cours en anglais,
départs à l'étranger, voyages
d'études, STORE TOUR

Un savoir-faire approfondi
en marketing, management,
communication et digital

Une immersion
dans le monde professionnel :
missions de conseil,
intervenants issus du luxe,
plus de 50 conférences
et 100 visites du luxe par an

DYNAMIQUE DU CURSUS

PROGRAMME MARKETING DU LUXE ET INTERNATIONAL PROGRAM - BAC À BAC+5

BACHELOR

3 ANS

Admission :

1^{er} année : BAC - 2^e année : BAC+1
3^e année : BAC+2

MASTÈRE

2 ANS

Admission :

4^e année : BAC+3
5^e année : Pas d'admission

SPÉCIALISATIONS*

CHOIX D'UNE MAJEURE EN 4^{ÈME} ANNÉE :

Brand management in fashion and accessories
Brand management in jewelry and time pieces
Brand management in hospitality and haute gastronomie
Communication et stratégie événementielle dans le luxe

CHOIX D'UNE MINEURE EN 5^{ÈME} ANNÉE:

Brand management in fashion and accessories
Brand management in jewelry and time pieces
Brand management in hospitality and haute gastronomie
Brand management in luxury cars and design



* Sous réserve d'un nombre suffisant d'étudiants.

► Les étudiants de l'International Program suivent la majeure Brand management in fashion and accessories

PROGRAMME LUXE ET MERCHANDISING - BAC À BAC+5

BACHELOR

3 ANS OU 15 MOIS

LUXE, MERCHANDISING ET DESIGN

Admission cycle en 3 ans :

1^{re} année : BAC

OU

LUXE, MERCHANDISING ET DESIGN

Admission cycle en 15 mois :

Bac+2/3

MASTÈRE

2 ANS

Admission :

4^e année : BAC+3

5^e année : Pas d'admission

BACHELORS SPÉCIALISÉS

RETAIL DANS LE LUXE

3 ANS

Admission :
1^{re} année : BAC


Entrez dans l'enseignement supérieur
Campus de Paris uniquement

CLIENT ADVISOR

12 MOIS

EN PARTENARIAT AVEC L'INSTITUT DES MÉTIERS D'EXCELLENCE LVMH

Admission :
Bac+2/3



MANAGEMENT DE LA MODE

4 ANS

EN PARTENARIAT AVEC MODART INTERNATIONAL

Admission :
1^{re} année : BAC, 2^e année : BAC+1
3^e année : BAC+2, 4^e année : BAC+3



ONLINE MBA IN LUXURY MARKETING - BAC+4/5

MBA

15 MOIS

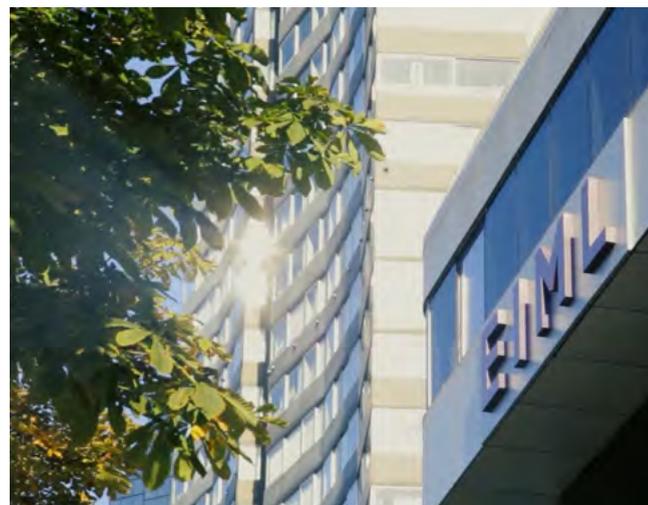
Admission :
BAC+4/5

NOS CAMPUS

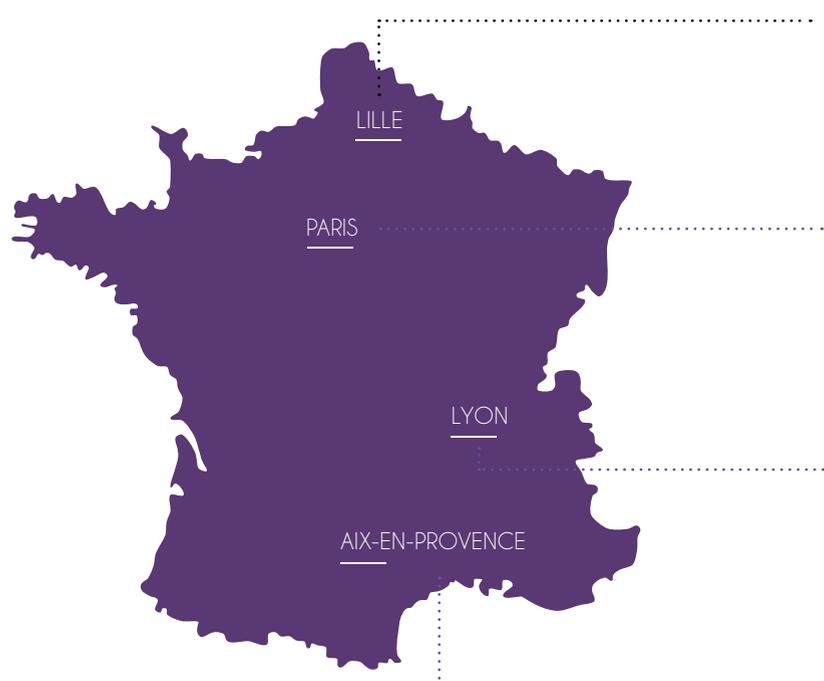
L'EIML Paris est présente en France avec quatre campus stratégiquement situés à Paris, Lyon, Lille et Aix-en-Provence.

Chacun de ces campus offre aux étudiants un cadre propice à l'apprentissage, au partage et à l'épanouissement.

Pour découvrir les formations disponibles par campus, merci de vous référer à la candidature en ligne sur www.eiml-paris.fr



NOUS CONTACTER



CAMPUS LILLE

Service Admissions • Campus Sciences U Lille
159 boulevard de la Liberté • 59000 Lille

CAMPUS PARIS

Service Admissions • Campus Beaugrenelle
35 quai André Citroën • 75015 Paris
01 53 95 28 90 • admissions@eimlp.fr

CAMPUS LYON

Service Admissions • Campus Sciences U
53 cours Albert Thomas • 69003 Lyon

CAMPUS AIX-EN-PROVENCE

Service Admissions • Campus Eductive
684 avenue du Club Hippique • 13090 Aix-en-Provence





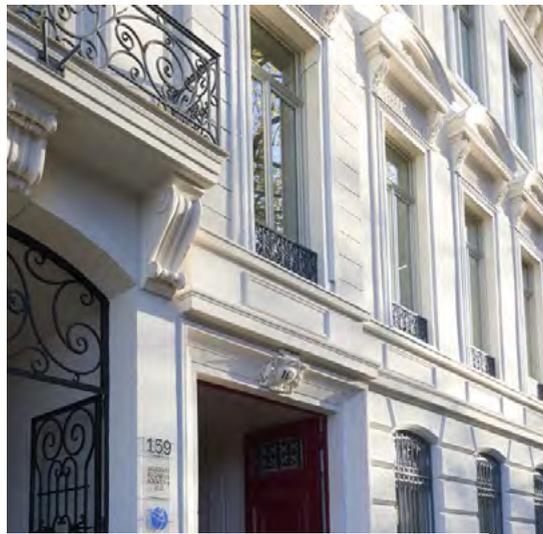
CAMPUS PARIS

Situé stratégiquement à proximité des grandes Maisons de luxe, dans le 15ème arrondissement de Paris, le campus de l'EIML Paris de 2500m² offre aux étudiants un espace et des équipements dédiés à l'apprentissage et aux échanges avec 15 salles de cours, 2 salles informatiques, un amphithéâtre, et une cafétéria.



CAMPUS LYON

Pour faire rayonner l'excellence et le savoir-faire français avec les atouts d'une vie en province, l'EIML Paris est implantée sur le Campus de SCIENCES U LYON. Situé au cœur de la ville. Ce campus offre aux étudiants un lieu de plus de 7000 m² dédié à l'apprentissage, au partage, à la spécialisation. Les locaux sont équipés d'espaces d'expertise technologique, de co-working, de détente et de 3 cafétérias.



CAMPUS LILLE

Le campus dynamique de Sciences U Lille de 3500m² se situe en plein centre-ville, face au Musée des Beaux-Arts. Idéalement desservi par les transports en commun et à deux pas des lieux incontournables de la vie étudiante que l'on sait si intense dans la capitale des Flandres. Agglomération transfrontalière, la ville de Lille est riche d'une vie culturelle et festive intense. Elle rassemble de nombreux musées, des salles de concert et des théâtres. Dans cet environnement qui favorise les initiatives, l'école offre de nombreuses opportunités pour la vie sur le campus.



CAMPUS AIX-EN-PROVENCE

Le campus se situe à 10 minutes du centre-ville et bénéficie de toutes les facilités : transports, résidences étudiantes et un centre commercial. Les zones d'activités professionnelles des Milles et de la Duranne situées à proximité offrent une multitude d'opportunités en termes de stages, partenariats, contrats de travail et, conférences





PROGRAMME MARKETING DU LUXE (BAC À BAC+5)

Le cycle Bachelor de l'EIML Paris (Bac à Bac+3) est axé autour de 3 objectifs : le développement de la culture générale et artistique, l'apprentissage des codes du luxe et le développement de compétences en marketing, digital marketing, communication et retail dans l'univers du luxe. Au cours du cycle Mastère (Bac+3 à Bac+5) les étudiants acquièrent des compétences managériales via des études de cas et des projets réels en partenariat avec des marques du secteur du luxe, des compétences sectorielles (choix de spécialisation de 2 secteurs du luxe parmi 5 proposés) et des compétences professionnelles grâce à l'expérience en entreprise, notamment par le biais de l'alternance. Tout au long du cursus, les étudiants perfectionnent leur niveau d'anglais grâce à des cours dispensés en anglais et des semestres d'échanges à l'étranger.



RYTHMES D'ÉTUDES

1 ^{RE} ANNÉE		2 ^E ANNÉE	3 ^E ANNÉE	
SEPT - MAI Cours 4 jours / semaine	JANV - JUIL Cours 4 jours / semaine	SEPT - MAI Cours 3 jours / semaine Stage optionnel 2 jours / semaine	SEPT - MARS Cours 4 jours / semaine	JANV - JUIL Cours 3 jours / semaine Stage optionnel 2 jours / semaine
JUIN - AOÛT Stage 2 mois minimum	AOÛT - SEPT Stage de 2 mois minimum	JUIN - AOÛT Stage 2 mois minimum	AVRIL - SEPT Stage de 3 à 6 mois	AOÛT - SEPT Stage de 2 mois
OU			OU	
			Uniquement pour les étudiants ayant suivi la 1 ^{ère} et/ou la 2 ^e année d'étude à l'école.	
			SEPT - DEC Échange international JAN - MAI Paris, 3 jours cours / semaine cf. p.20-21	

► Des frais additionnels sont à prévoir en fonction de l'option d'échange choisie.

PROGRAMME MARKETING DU LUXE

CYCLE BACHELOR

1^{re} ANNÉE

LUXE, CULTURE ET CIVILISATION

Marchés et produits de luxe en France et dans le monde
Histoire de la mode
Histoire du cinéma
Histoire de l'art
Histoire du design
Savoir-vivre et savoir-être
Décryptage Fashion Week

MARKETING ET VENTE DANS LE SECTEUR DU LUXE

Fondamentaux du marketing
Marketing opérationnel
Cérémonial de vente
Introduction au digital marketing
Revue de presse et techniques rédactionnelles
Projet ADN de la marque

MANAGEMENT

Introduction au droit et droit des contrats
Comptabilité pour manager

OUTILS DE COMMUNICATION

Business English
LV2 (chinois, italien)
Électif LV3
Bureautique
Atelier carrière
Électif techniques graphiques
E-learning

SÉMINAIRES TECHNIQUES

- ▶ Cuir
- ▶ Textile

SEMAINE THÉMATIQUE ET PROJETS

- ▶ Sustainability in luxury



STORE TOUR À PARIS

2^e ANNÉE

LUXE ET CULTURE

Luxe et photographie
Contemporary art history
Contemporary fashion history
Perfume history
Savoir-vivre et savoir être

MARKETING ET COMMUNICATION DANS LE SECTEUR DU LUXE

Études de marché et démarche qualitative
Sales techniques & team management
Politique de communication
Stratégie de référencement
Initiation au merchandising et store tour
Comportement du consommateur
Relations presse

MANAGEMENT

International trade
Comptabilité analytique et analyse des coûts
Management des organisations
Économie
Institutions Européennes
Électif création d'entreprise

OUTILS DE COMMUNICATION

Business English
LV2 (chinois, italien)
Électif LV3
Bureautique
Atelier Carrière
Électif techniques graphiques
E-learning

SÉMINAIRES TECHNIQUES

- ▶ Parfums
- ▶ Oenologie

SEMAINES THÉMATIQUES ET PROJETS

- ▶ Relations presse
- ▶ Création d'une marque de parfum

3^e ANNÉE

MARKETING DU LUXE

Brand identity
Codes du Luxe
Création et stratégie de marque
Marketing stratégique et études de marché
International marketing
Histoire de la joaillerie
B to B sales techniques & KPI

DIGITAL MARKETING ET COMMUNICATION DANS LE LUXE

Stratégie communication web
Contenus digitaux et stratégie d'influence
Publicité
Création audiovisuelle

MANAGEMENT

Droit commercial et de la distribution
Analyse financière
Géopolitique
Corporate strategy
Électif création d'entreprise

OUTILS DE COMMUNICATION

Anglais TOEIC
Photoshop, Indesign
Ateliers développement professionnel
LV2 (chinois, italien)
Électif LV3
Bureautique
E-learning

SÉMINAIRE TECHNIQUE

- ▶ Gemmologie

SEMAINES THÉMATIQUES ET PROJETS

- ▶ Savoir-faire dans l'industrie du luxe
- ▶ Luxury challenge
- ▶ Création publicitaire pour une marque de luxe

RESPONSABLE DE PROJETS MARKETING ET COMMUNICATION*

Titre reconnu par l'Etat niveau 6

DÉBOUCHÉS

- ▶ Assistant marketing
- ▶ Assistant chef de produit
- ▶ Assistant chef de projet digital
- ▶ Community manager
- ▶ Chargé de communication
- ▶ Attaché de presse
- ▶ Assistant chef de projet événementiel
- ▶ Assistant media planner
- ▶ Assistant chef de publicité
- ▶ Assistant commercial
- ▶ Assistant manager de boutique

Les programmes peuvent faire l'objet de changements en fonction des impératifs pédagogiques.

Ce cursus comprend 65 jours de cours.

Obtention de 60 crédits ECTS sur une année.

* Dans le cadre d'un partenariat conclu avec SCIENCES-U LILLE, L'EIML Paris est habilitée pour former et évaluer les candidats à l'obtention du titre RNCP de Responsable de Projets Marketing et Communication de niveau 6, inscrit au RNCP par arrêté du 28 juillet 2017 publié au Journal Officiel du 05 août 2017.



RYTHMES D'ÉTUDES

4^E ANNÉE

SEPT - JUIL

Cours en alternance
1 jour à l'école /
4 jours en entreprise
+ 6 semaines de séminaire

AOÛT - SEPT

Temps plein en entreprise

OU

JANV - JUIL

Cours 3 jours à l'école / semaine
Stage optionnel
2 jours / semaine

JUIL - SEPT

Stage de 2 mois minimum

PROGRAMME MARKETING DU LUXE

CYCLE MASTÈRE

4^e ANNÉE **EN ALTERNANCE**

MARKETING, COMMUNICATION ET DIGITAL

Customer Relationship Management
Packaging et design
Stratégie événementielle
Product management

MANAGEMENT STRATÉGIQUE D'UNE MARQUE DE LUXE

Stratégies comparées dans le luxe
Sourcing, purchasing and quality
Droit de la consommation et de la communication
Market survey
Intercultural Management

OUTILS DE COMMUNICATION

Business English / TOEIC
Photoshop, Illustrator
Team building
LV2 (e-learning)
ICDL

SÉMINAIRES TECHNIQUES

► Immobilier, cars and yachts & champagne

4^e ANNÉE **ADMISSION PARALLÈLE**

MARKETING, COMMUNICATION ET DIGITAL

Customer Relationship Management
Packaging et design
Stratégie événementielle
Product management
Emailing & newsletter

MANAGEMENT STRATÉGIQUE D'UNE MARQUE DE LUXE

Sourcing, purchasing and quality
Droit de la consommation et de la communication
Market survey
Luxury codes
French etiquette

OUTILS DE COMMUNICATION

Business English / TOEIC
Photoshop, Illustrator
Team building
LV2 (e-learning)
ICDL

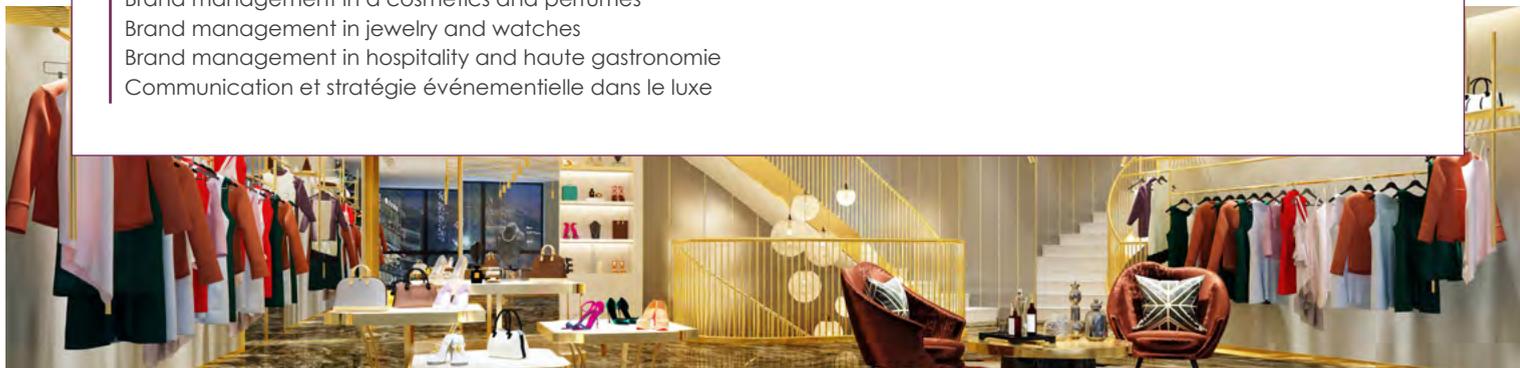
SEMINAIRES TECHNIQUES

► Joaillerie
► Parfums
► Textiles et cuirs

MAJEURES

CHOIX D'UNE MAJEURE PARI LES 5 SUIVANTES EN 4^E ANNÉE :

Brand management in fashion and accessories
Brand management in a cosmetics and perfumes
Brand management in jewelry and watches
Brand management in hospitality and haute gastronomie
Communication et stratégie événementielle dans le luxe



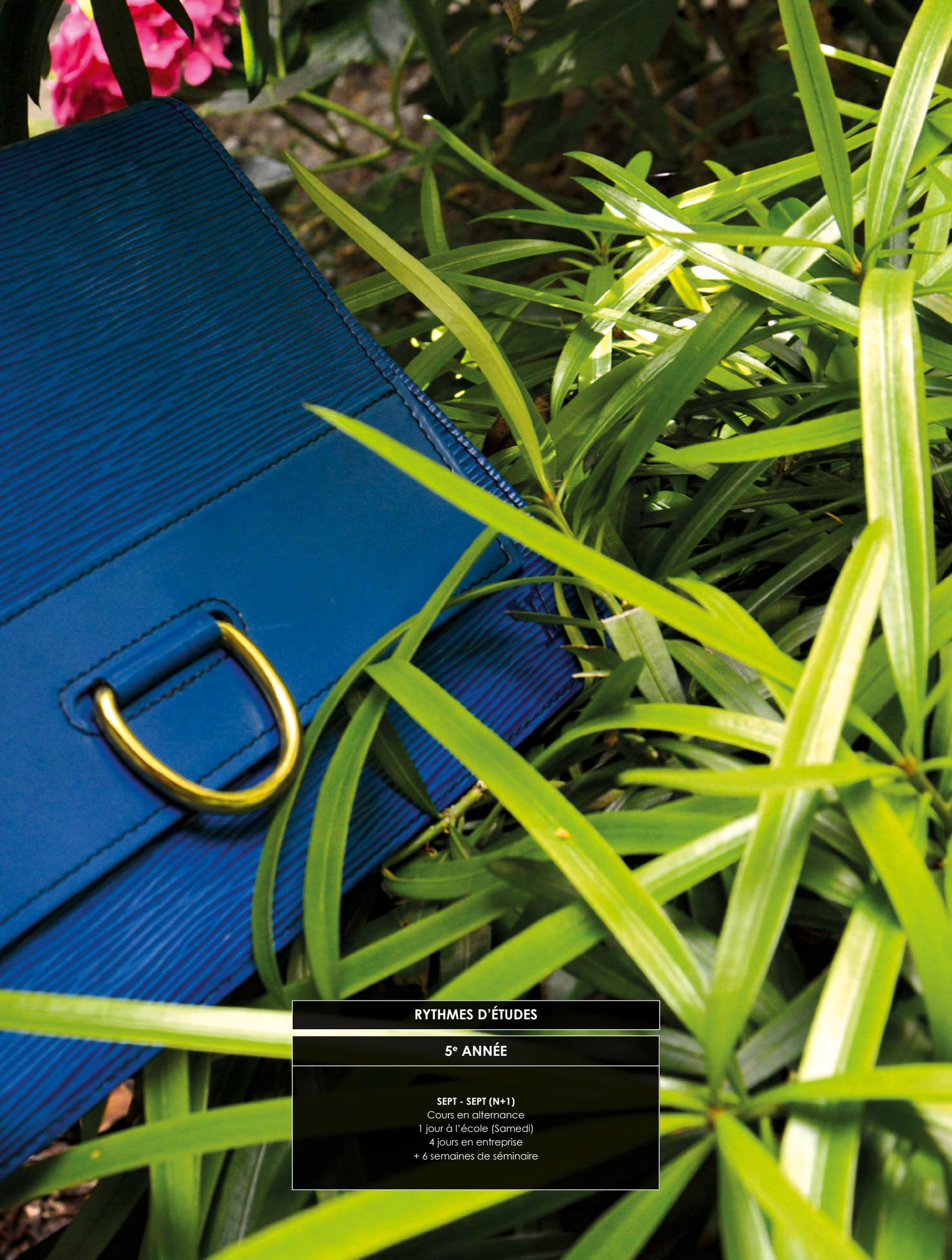
SEMAINES DE SÉMINAIRES ET PROJETS DE CONSULTING

- Étude de marché et développement produit
- Social media, stratégie d'influence et social selling
- Event challenge
- Merchandising, luxury retail et store tour
- Supply chain & case study
- Audiovisuel et pastille vidéo



**STORE TOUR
À MILAN**

Les programmes peuvent faire l'objet de changements en fonction des impératifs pédagogiques.
Ce cursus comprend 65 jours de cours.
Obtention de 60 crédits ECTS sur une année.



RYTHMES D'ÉTUDES

5^e ANNÉE

SEPT - SEPT (N+1)
Cours en alternance
1 jour à l'école (Samedi)
4 jours en entreprise
+ 6 semaines de séminaire

PROGRAMME MARKETING DU LUXE

CYCLE MASTÈRE

EN ALTERNANCE

5^e ANNÉE

MARKETING, COMMUNICATION ET DIGITAL

Marketing mobile
Stratégie de distribution omnicanale
Plan marketing & budget
Stratégie de partenariats

MANAGEMENT STRATÉGIQUE D'UNE MARQUE DE LUXE

Business plan, analyse financière
Brand management majeure
Brand Management mineure
Développement durable dans le luxe
Supply chain management
Droit de la propriété intellectuelle
Human ressources & intercultural management

OUTILS DE COMMUNICATION

Business English / TOEIC
Photoshop, Illustrator
Team building
LV2 (e-learning)
ICDL
Personal branding
Gestion de projet agile
Management d'équipes

PROJET DE FIN D'ÉTUDES

Mémoire ou entrepreneuriat

SÉMINAIRES TECHNIQUES

► En lien avec la majeure

MAJEURES

CHOIX D'UNE MINEURE PARMIS LES 6 SUIVANTES EN 5^e ANNÉE :

- Brand management in fashion and accessories
- Brand management in a cosmetics and perfumes
- Brand management in jewelry and time pieces
- Brand management in hospitality and haute gastronomie
- Brand management in luxury cars, yachts and lifestyle
- Brand management in wine and spirit



SEMAINES DE SÉMINAIRES ET PROJETS DE CONSULTING

- Semaine de l'innovation
- Stratégie de communication à 360°
- E-commerce
- Google analytics, KPI & media-planning
- CRM et Data Analysis
- Communication de crise



STORE TOUR À
MILAN

MANAGER DES STRATÉGIES COMMUNICATION MARKETING*

Titre reconnu par l'Etat
niveau 7

DÉBOUCHÉS

- Chef de produit
- Chargé d'études marketing
- Responsable commercial
- Responsable de la communication
- CRM manager
- Responsable marketing
- Chef de projet événementiel
- Responsable développement produits
- Responsable digital marketing
- Responsable de la communication digitale

Les programmes peuvent faire l'objet de changements en fonction des impératifs pédagogiques.

Ce cursus comprend 65 jours de cours.

Obtention de 60 crédits ECTS sur une année.

* Dans le cadre d'un partenariat conclu avec SCIENCES-U LILLE, l'EIML Paris est habilitée pour former et évaluer les candidats à l'obtention du titre RNCP de Manager des Stratégies Communication Marketing de niveau 7, inscrit au RNCP par arrêté du 07 juillet 2017 publié au Journal Officiel du 19 juillet 2017.



" Dans le cadre de mon Bachelor à l'EIML Paris, j'ai choisi de partir en semestre à l'étranger à Florence, le berceau de la mode italienne. J'ai décidé de parfaire mon apprentissage dans le secteur du luxe dans un autre pays et de découvrir une nouvelle culture. Le secteur du luxe étant présent aux quatre coins du globe, il est essentiel de s'ouvrir à d'autres cultures afin d'appréhender l'univers du luxe à l'échelle internationale ! Ces quelques mois en Italie m'ont permis de m'adapter à de nouvelles situations et de m'enrichir personnellement. Partir à l'étranger est une expérience inoubliable que j'ai eu la chance de vivre grâce au programme de l'EIML Paris. "

Coline FAUX

Semestre d'études à l'Université de Florence



Les étudiants de l'EIML Paris ayant suivi la 1^{re} et la 2^e année d'études au sein de l'école peuvent effectuer en 3^e ou 5^e année un cursus à l'international (un semestre de cours à l'étranger ou l'intégralité de l'année) dans le cadre de partenariats noués avec des universités et écoles sur 4 continents.

SÉJOURS D'ÉTUDES À L'INTERNATIONAL

PROGRAMME MARKETING DU LUXE

Les étudiants de l'EIML Paris peuvent choisir d'étudier un semestre à l'étranger au cours de leur troisième et/ou cinquième année de cursus, à condition d'avoir suivi la première et/ou la deuxième année d'études au sein de l'école.

Ce cursus international est rendu possible grâce à des partenariats noués avec des universités et des écoles sur quatre continents. Selon les universités partenaires, ce semestre à l'étranger peut évoluer et se déployer sur l'intégralité de l'année, et déboucher, dans ce cas, sur l'obtention d'un double diplôme



ANGLETERRE

LONDON COLLEGE OF FASHION
RICHMOND THE AMERICAN INTERNATIONAL UNIVERSITY IN LONDON
REGENT'S UNIVERSITY
ANGLIA RUSKIN UNIVERSITY



AUSTRALIE

AUSTRALIAN CATHOLIC UNIVERSITY
ICMS (International College of Management)



CANADA

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL ESG (École des Sciences de la Gestion)
VANCOUVER ISLAND UNIVERSITY



CHINE

SHANGHAI NORMAL UNIVERSITY



CORÉE DU SUD

HANYANG UNIVERSITY
SOONGSIL UNIVERSITY
SOLBRIDGE INTERNATIONAL SCHOOL OF BUSINESS



ÉMIRATS ARABES UNIS

UNIVERSITY OF WOLLONGONG IN DUBAI



BRÉSIL

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL (PUCRS)



IRLANDE

GRIFFITH COLLEGE
INTERNATIONAL SCHOOL OF BUSINESS DUBLIN
DUBLIN BUSINESS SCHOOL



ITALIE

FLORENCE UNIVERSITY OF ARTS
ACADEMIA DEL LUSSO



MEXIQUE

UNIVERSIDAD ANAHUAC



NOUVELLE ZÉLANDE

AUCKLAND UNIVERSITY OF TECHNOLOGY
UNIVERSITY OF CANTERBURY



ÉTATS-UNIS

NATIONAL UNIVERSITY
UNIVERSITY OF CALIFORNIA RIVERSIDE
BERKELEY COLLEGE NEW YORK
UC SANTA BARBARA
ST.FRANCIS COLLEGE NEW YORK
CITY UNIVERSITY OF SEATTLE



SUISSE

UBIS UNIVERSITY



URUGUAY

UNIVERSIDAD DE MONTEVIDEO (Triple diplôme en ligne en partenariat avec l'université de Potomac)



ÉQUATEUR

UIDE UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR



PÉROU

UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS (UPC)



BOLIVIE

UNIVERSIDAD PRIVADA BOLIVIANA (UPB)



SINGAPOUR

JCUS JAMES COOK UNIVERSITY



MALAISIE

MONASH UNIVERSITY
SWINBURNE UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



VIETNAM

RMIT UNIVERSITY
HOA SEN UNIVERSITY



ESPAGNE

UEM MADRID



INTERNATIONAL PROGRAM (FULL ENGLISH)

This program is dedicated to international students and French students fluent in English who want to study luxury marketing in Paris, and abroad in worldwide luxury capitals. The 5-year program is totally taught in English and the last year can be done in a co-opt education program in partnership with French luxury companies.





"I joined EIML Paris, as I always wanted to work in luxury. I chose the international program offered by the school, as it is a chance to discover other cultures, improve my English, and go abroad. We learn about luxury, and step up in our overall culture, with the help of the different courses, conferences and seminars taught by professionals. We dabble in cinema, arts and design, fashion history, and much more. This school represents a real opportunity for me, and everyone who wants to prepare for a career in luxury, and the challenges ahead."

Anaëlle AGUILLON,
London College of Fashion student, London

STUDY SCHEDULE

YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3
<p>SEPT - MAY 4 days a week at school</p> <p>JUNE - AUG Internship 2 months minimum</p>	<p>SEPT - DEC SEMESTER IN PARIS 3 days a week at school</p> <p>JAN - APRIL SEMESTER IN LONDON (London College of Fashion)</p> <p>MAY - JULY Internship 2 months minimum</p>	<p>SEPT - DEC SEMESTER IN SHANGHAI (Shanghai Normal University)</p> <p>JAN - MARCH SEMESTER IN PARIS 4 days a week at school</p> <p>APRIL - SEPT Internship 3 to 6 months</p> <p style="text-align: center;">OR</p> <p>OCT - MAY 1 YEAR ABROAD (Griffith College in Dublin - Ireland JCU - Singapour Australian Catholic University - Australia)</p>

► The program can change according to sanitary conditions. Additional fees are to be expected depending on the exchange option chosen.

INTERNATIONAL PROGRAM

CYCLE BACHELOR

YEAR 1

LUXURY, CODES AND CULTURE

Key market players in luxury industry
Cultural review in the UK and the USA
Fashion history
Art history
French etiquette
Design history
Fashion week decoding
Cinema History
International management (Asia, Middle East, Russia)

MARKETING AND SALES IN THE LUXURY INDUSTRY

Principles of marketing
Operational marketing and advertising
Sales ceremonial & store tour Paris
Principles of digital marketing
Press review and writing techniques

MANAGEMENT IN THE LUXURY INDUSTRY

Principles of law & contract law
Principles of accounting

COMMUNICATION TOOLS

Chinese
Office software applications
Career building workshops
E-learning

WORKSHOPS

- Sustainability in luxury
- Leather and textile

MARKETING PROJECT

- Brand DNA

YEAR 2

MARKETING AND COMMUNICATION IN THE LUXURY INDUSTRY

Qualitative market survey
Web and luxury
Photography in luxury
Consumer behaviour
Contemporary art history
Communication strategy

MANAGEMENT IN THE LUXURY INDUSTRY

International trade
Economics
European institutions

COMMUNICATION TOOLS

Office software applications
Chinese
Career building workshops
E-learning

WORKSHOP

- Perfumes

MARKETING PROJECT

- Creation of a perfume brand

SEMESTER FROM JANUARY TO APRIL



IN LONDON LONDON COLLEGE OF FASHION

Fashion history and artefacts
Theoretical and contemporary fashion studies
British cultural studies
Creative visual communication
Visual merchandising
Sustainable Fashion
Social Media and on-line communication

YEAR 3

MARKETING IN THE LUXURY INDUSTRY

Qualitative market survey
Business to business sales techniques & KPI
Marketing strategy
Brand identity and brand creation
International marketing
Advertising campaign
Brand identity and brand creation

MANAGEMENT IN THE LUXURY INDUSTRY

Commercial and distribution law
Costs analysis
Geopolitics

COMMUNICATION TOOLS

Chinese
Office software applications
Career building workshops
TOEIC
Photoshop / InDesign
E-learning

WORKSHOP

- Gemmology

MARKETING PROJECT

- Luxury challenge

SEMESTER FROM SEPT. TO DEC. (OR ALL THE YEAR IN A FOREIGN COUNTRY)



IN SHANGHAI

Brand identity in luxury industry
Strategic marketing
Contemporary Chinese politics & economy in a new era
Industrial tour
Cross culture on-field study
Chinese E-commerce and M-commerce
Chinese language

RESPONSABLE DE PROJETS MARKETING ET COMMUNICATION*

Level-6 RNCP certificate

JOB OPPORTUNITIES

- Marketing assistant
- Product Manager assistant
- Digital marketing assistant
- Community manager
- Communication assistant
- PR assistant
- International press editor assistant
- Event coordinator assistant
- Media planner assistant
- Assistant store manager
- Sales assistant
- Digital communication assistant

One academic year includes 65 days of courses and corresponds to 60 ECTS-credits.

*Through a partnership with SCIENCES-U LILLE, L'EIML Paris is entitled to train students and access them to get a level 6 RNCP certificate of «Responsable de Projets Marketing et Communication» accredited under the French Ministry of Employment by an order of 28 July 2017 and published in the Official Journal of 5 August 2017.



STUDY SCHEDULE

4TH YEAR

SEPT - JAN
Semester in Paris
3 days a week at school

FEB - APRIL
Internship 2 months minimum

APRIL - JUNE
Semester In New York (Berkeley College)
or Milan (Accademia Del Lusso)

5TH YEAR

SEPT-SEPT
Alternating 1 day in class (Saturday)
and 4 days in the workplace
6 weeks of seminars

OR

SEP - JUNE
One year abroad
University of California Riverside

► The program can change according to sanitary conditions. Additional fees are to be expected depending on the exchange option chosen.

INTERNATIONAL PROGRAM CYCLE MASTÈRE

WORK-STUDY PROGRAM

YEAR 4

STRATEGIC MARKETING IN THE LUXURY INDUSTRY

Event strategy
Brand identity & brand management in fashion
Product management

BUSINESS MANAGEMENT IN LUXURY INDUSTRY

Consumer and communication law
Sourcing and quality in luxury industry

COMMUNICATION TOOLS

PAO Photoshop Illustrator
Office software applications
E-learning (LV2)

WORKSHOPS

- ▶ Textile and leather
- ▶ Leadership & management
- ▶ Event challenge

SEMESTER FROM APRIL TO JUNE



IN NEW YORK
BERKELEY COLLEGE

Merchandise planning and buying
Trend analysis and product development
Fashion Events, Styling, and Public Relations
Fashion e-commerce and interactive media



OR IN MILANO
ACCADEMIA DEL LUSSO

New product development and merchandising
Branding & communication 4.0
Made in Italy & luxury industry
Project-Week

YEAR 5

STRATEGIC MANAGEMENT IN THE LUXURY INDUSTRY

New trends in luxury sector
Intercultural management
Creative techniques
Marketing plan and budget
Financial analysis, budget and business plan
Intellectual Property Law
Human resources policy in luxury industry

COMMUNICATION STRATEGY IN THE LUXURY INDUSTRY

Partnerships and sponsoring
Social media
Digital identity and e-reputation
Digital marketing and influencers

MAJOR

Brand management in fashion and accessories

MINOR

Brand management in a cosmetics and perfumes

COMMUNICATION TOOLS

TOEIC preparation
E-learning (LV2)
Office software applications (ICDL)

WORKSHOPS

- ▶ Gemmology
- ▶ Perfumes and cosmetics
- ▶ Gastronomy

OR

1 YEAR ABOARD
SEPTEMBER - JUNE



IN RIVERSIDE
UNIVERSITY OF CALIFORNIA

Dual degree's program

SEMINARS AND PROJECTS

- ▶ Innovation strategy
- ▶ Media planning and Google Analytics certificate
- ▶ Social media and social selling : Communication strategy and sales on social media
- ▶ Creation of a sustainable luxury brand
- ▶ Crisis communication project

**MANAGER DES STRATÉGIES
COMMUNICATION
MARKETING***

Level-7 RNCP certificate

JOB OPPORTUNITIES

- ▶ Digital marketing manager
- ▶ Community Manager
- ▶ International PR manager
- ▶ Product manager
- ▶ Event project manager
- ▶ Export manager
- ▶ Retail store manager
- ▶ Marketing manager
- ▶ CRM manager

One academic year includes 65 days of courses and corresponds to 60 ECTS-credits.

*Through a partnership with SCIENCES-U LILLE, EIML Paris is entitled to train students and assess them to get a level-7 RNCP certificate of "Manager des Stratégies Communication Marketing" accredited under the French Ministry of Employment by an order of 7 July 2017 and published in the Official Journal of 19 July 2017.





PROGRAMME LUXE ET MERCHANDISING

Ce programme s'adresse à des étudiants qui veulent se spécialiser dans le domaine du merchandising. En effet, l'aménagement des points de vente et la mise en scène des produits sont aujourd'hui au cœur des stratégies marketing des marques de luxe et permettent de créer des boutiques toujours plus innovantes et interactives.

Dans ce cadre, l'EIML Paris propose un Bachelor Luxe, Merchandising et Design, et un Mastère Marketing et Stratégie Merchandising. Ces programmes, en alternance dès la 2^e année, permettent d'acquérir des savoir-faire en termes de gestion et de théâtralisation des points de vente.

A la fois théorique et concrète, la formation s'articule autour de cours de merchandising, de marketing et de digital marketing. Ils permettent aux étudiants d'exprimer au mieux leur créativité et d'acquérir des connaissances via des STORE TOURS, projets et missions de conseil. À l'issue de la formation, l'étudiant devra présenter son portfolio devant un jury d'experts.



RYTHMES D'ÉTUDES

1^{re} ANNÉE

SEPT - MAI
Cours 4 jours / semaine

JUIN - AOÛT
Stage 2 mois minimum

2^e ANNÉE

SEPT - JUIL
Cours en alternance
2 jours école / 3 jours entreprise

3^e ANNÉE

SEPT - JUILLET
Cours en alternance
1 jour école / 4 jours entreprise
+ 6 semaines de séminaire

BACHELOR 15 MOIS

SEPT - JANV (N+2)
Cours en alternance
1 jour à l'école (Lundi) / 4 jours entreprise
+ 8 semaines de séminaire

PROGRAMME LUXE ET MERCHANDISING CYCLE BACHELOR

LUXE, MERCHANDISING ET DESIGN

ALTERNANCE DÈS LA 2^E ANNÉE

1^{re} ANNÉE

LUXE, ART ET DESIGN

Marché et produits de luxe en France et dans le monde
Histoire de la mode
Histoire de l'art
Histoire du design
Savoir vivre et savoir être

MARKETING ET MERCHANDISING

Marketing fondamental
Marketing opérationnel
Introduction au visual merchandising et PLV
Cérémonial de vente
Merchandising opérationnel & KPI
Comptabilité pour managers

CRÉATIVITÉ ET DESIGN

Création et optimisation de site web
Techniques graphiques
Projet de création de PLV

OUTILS DE COMMUNICATION

Business English
LV2 (Chinois)
Atelier carrière
Bureautique
Photoshop / InDesign
E-learning
Portfolio
Création de moodboard et planches d'ambiances
Visual Merchandising et store tour merchandising

SÉMINAIRES TECHNIQUES

- Couleur
- Design



STORE TOUR
À PARIS

2^e ANNÉE

LUXE ET ART

Histoire de la photographie
Histoire de la parfumerie

MARKETING ET MERCHANDISING

Comportement du consommateur
Politique de communication
Comptabilité analytique
Stratégie de référencement
Projet marketing : création de marque de parfum
Store tour merchandising Paris

DIGITAL MARKETING ET WEB

Web design et ergonomie
Sketchup et maquettes réelles
PAO (Photoshop / Illustrator)
Stratégie communication web
Identité visuelle (ADM de la marque, typo, charte graphique)

OUTILS DE COMMUNICATION

Business English
LV2 (Chinois)
Bureautique
E-learning
Atelier carrière

SÉMINAIRES TECHNIQUES

- Matériaux PLV
- Parfumerie

PROJET MERCHANDISING

- Développement packaging : création, maquette, prototypage
- Projet de consulting et merchandising global
- Visual merchandising : projet de création de PLV



STORE TOUR
À LONDRES

3^e ANNÉE

MERCHANDISING

Codes du luxe
Histoire de la joaillerie
Expérience client et marketing sensoriel du point de vente
Gestion de stock, prévision de vente, mesure de la performance
Achat et négociation

DESIGN PRODUIT, ESPACE, COMMUNICATION

Construction de collection
Design espace
Indesign et illustrator
Design vidéo et nouveaux médias
Création de portfolio et grand jury merchandising
Sketchup approfondi

MARKETING ET DIGITAL

Analyse financière
Marketing stratégique
Stratégie de communication web, net-merchandising et référencement

OUTILS DE COMMUNICATION

TOEIC
LV2 (Chinois)
Atelier carrière
Bureautique
Team building
E-learning

SÉMINAIRES TECHNIQUES

- Matériaux PLV
- Techniques de créativité

PROJET MERCHANDISING

- Création de concept store
- Photographie



STORE TOUR
À MILAN

RESPONSABLE DE PROJETS MARKETING ET COMMUNICATION*

Titre reconnu par l'Etat
niveau 6

DÉBOUCHÉS

- Visual merchandiser
- E-merchandiser
- Chef de projet merchandising
- Assistant responsable merchandising
- Assistant responsable PLV
- Assistant responsable identité visuelle
- Assistant responsable image

Ce cursus comprend 65 jours de cours.
Obtention de 60 crédits ECTS sur une année.

* Dans le cadre d'un partenariat conclu avec SCIENCES-U LILLE, L'EIML Paris est habilitée pour former et évaluer les candidats à l'obtention du titre RNCP de Responsable de Projets Marketing et Communication de niveau 6, inscrit au RNCP par arrêté du 28 juillet 2017 publié au Journal Officiel du 05 août 2017.

PROGRAMME LUXE ET MERCHANDISING

BACHELOR SPÉCIALISÉ

RYTHMES D'ÉTUDES

ALTERNANCE

SEPT (N) - JANV (N+2)

1 jour à l'école (Lundi) / 4 jours entreprise + 8 semaines de séminaires

ADMISSION POST BAC+2/3

MERCHANDISING

Net-chandising
 Projet de création PLV
 Planning merchandising
 Gestion de stocks, prévision de ventes,
 mesure de la performance
 Théâtralisation du point de vente
 Droit de la distribution et de la consommation, droit des contrats

MARKETING ET DIGITAL MARKETING

Projet marketing création de marque
 CRM et expérience client
 Stratégie et identité de marque
 Stratégie de communication web

DESIGN PRODUIT, COMMUNICATION ET ESPACE

Stratégie de distribution et e-commerce en France et à l'international
 Codes du luxe
 Savoir vivre et savoir-être
 Développement packaging et prototypage
 Design, conception et optimisation d'un site web

OUTILS DE CONCEPTION MERCHANDISING ET PRODUIT

Indesign
 Techniques graphiques

LANGUES ET DÉVELOPPEMENT PERSONNEL

TOEIC
 Bureautique
 E-learning (LV2 chinois)
 Team building
 Atelier carrière

SÉMINAIRES

- ▶ Introduction visuel merchandising et PLV
- ▶ Cérémonial de vente et store tour retail
- ▶ Identité visuelle et signalétique
- ▶ Techniques matériaux, couleurs, design thinking
- ▶ Projet marketing création de marque
- ▶ Photo et projet
- ▶ CAO et sketchup approfondi

PROJET MERCHANDISING

- ▶ Création de concept store et constitution d'un portfolio



STORE TOUR
À PARIS



STORE TOUR
À LONDRES



Projet Merchandising Christian Louboutin - Alexandre - Promotion 2019

RESPONSABLE DE PROJETS MARKETING ET COMMUNICATION*

Titre reconnu par l'Etat
niveau 6

DÉBOUCHÉS

- ▶ Visual merchandiser
- ▶ E-merchandiser
- ▶ Chef de projet merchandising
- ▶ Assistant responsable merchandising
- ▶ Assistant responsable PLV
- ▶ Assistant responsable identité visuelle
- ▶ Assistant responsable image

Ce cursus comprend 65 jours de cours.

Obtention de 60 crédits ECTS sur une année.

* Dans le cadre d'un partenariat conclu avec SCIENCES-U LILLE, L'EIML Paris est habilitée pour former et évaluer les candidats à l'obtention du titre RNCP de Responsable de Projets Marketing et Communication de niveau 6, inscrit au RNCP par arrêté du 28 juillet 2017 publié au Journal Officiel du 05 août 2017.





RYTHMES D'ÉTUDES

4^e ANNÉE

SEPT - JUIL
Cours en alternance
1 jour à l'école (Vendredi) / 4 jours en entreprise
+ 6 semaines de séminaire

AOÛT - SEPT
Temps plein en entreprise

5^e ANNÉE

SEPT - JUIL
Cours en alternance
1 jour à l'école (Samedi) / 4 jours
en entreprise
+ 6 semaines de séminaire

CYCLE MASTÈRE

MARKETING ET STRATÉGIE MERCHANDISING

EN ALTERNANCE

4^e ANNÉE

MERCHANDISING ET RETAIL

Etudes de marché
Stratégie merchandising on line et off line
Analyse de la performance et élaboration de la stratégie merchandising
Sourcing, purchasing & quality
Gestion de stocks, management de boutique et KPI
Droit de la distribution
Projet marketing
Visual merchandising, PLV et projet

MARKETING, COMMUNICATION ET DIGITAL MARKETING

Codes du luxe
Planning merchandising et planogrammes
CRM et expérience client
Communication événementielle et projet

OUTILS DE COMMUNICATION

Sketchup
Team Building
TOEIC
E-learning (LV2)

5^e ANNÉE

STRATÉGIE MERCHANDISING

Packaging & PLV
Merchandising multi-sectoriel et innovation
Data analysis
Gestion de projet agile appliqué au merchandising

MARKETING

Business plan et budget
Sustainable development strategy
Chef de produit marketing

OUTILS DE COMMUNICATION

Business English
E-learning
Bureautique
Photoshop / Illustrator
Autocad
Personal branding

PROJET DE FIN D'ÉTUDES

Mémoire ou entrepreneuriat

SÉMINAIRES THÉMATIQUES ET PROJETS

- ▶ Stratégies merchandising des marques de luxe et Store tour merchandising
- ▶ Design thinking et matériaux du luxe
- ▶ Sketchup et Photoshop
- ▶ Architecture d'intérieur, scénographie
- ▶ Développement produit
- ▶ Création de site web et webdesign

SÉMINAIRES THÉMATIQUES ET PROJETS

- ▶ E-commerce et digital (Mission Shopify)
- ▶ Séminaire identité visuelle, packaging et PLV
- ▶ Audiovisuel et portfolio vidéo
- ▶ Projet marketing global de création de marque et conception de son merchandising dans le développement durable
- ▶ Social media, stratégie d'influence et social selling
- ▶ Projet de consulting merchandising et portfolio

MANAGER DES STRATÉGIES COMMUNICATION MARKETING*

Titre reconnu par l'Etat
niveau 7

DÉBOUCHÉS

- ▶ Chef de projet Merchandising
- ▶ Merchandiser
- ▶ E-merchandiser
- ▶ Responsable merchandising
- ▶ Visual Merchandiser
- ▶ Business analyst
- ▶ Responsable identité visuelle
- ▶ Scénographe produit
- ▶ Responsable développement PLV

Ce cursus comprend 65 jours de cours.

Obtention de 60 crédits ECTS sur une année.

* Dans le cadre d'un partenariat conclu avec SCIENCES-U LILLE, l'EIML Paris est habilitée pour former et évaluer les candidats à l'obtention du titre RNCP de Manager des Stratégies Communication Marketing de niveau 7, inscrit au RNCP par arrêté du 07 juillet 2017 publié au Journal Officiel du 19 juillet 2017.





BACHELORS SPÉCIALISÉS

Dans le secteur du luxe, les récentes évolutions des métiers entraînent une profonde transformation des fonctions commerciales et marketing. Ces mutations observées nécessitent de développer des savoir-faire approfondis dans les domaines du retail, ainsi que des connaissances solides sur les secteurs du luxe : mode & accessoires et parfums & cosmétiques notamment. Pour répondre aux attentes des entreprises du luxe, l'EIML Paris propose des programmes Bachelors Spécialisés.

La pédagogie professionnalisante est organisée autour de projets proposés par nos entreprises partenaires (dont le groupe LVMH pour le bachelor Client Advisor) permettant aux étudiants de maîtriser le cérémonial de vente dans le luxe. L'objectif de ces formations en alternance est d'acquérir les compétences nécessaires aux métiers de terrains dans un secteur du luxe en particulier.







BACHELOR SPÉCIALISÉ RETAIL DANS LE LUXE

Notre formation Bachelor Retail dans le luxe, en 3 ans, permet aux étudiants d'acquérir les codes et la culture du luxe, des connaissances en vente et négociation mais aussi en merchandising, marketing, communication, digital marketing et management. En parallèle, l'étudiant pourra effectuer 3 ans d'alternance dans une maison de luxe, ce qui lui permettra de se professionnaliser et d'être directement opérationnel à la fin de son cursus.



RYTHMES D'ÉTUDES

1 ^{re} ANNÉE	2 ^e ANNÉE	3 ^e ANNÉE
SEPT - MI NOV 6 semaines de séminaire	SEPT - JUIL 2 jours école / 3 jours entreprise + 3 séminaires	SEPT - JUIL 1 jour école / 4 jours entreprise + 6 semaines de séminaire
MI NOV - MI JAN Entreprise		
MI JAN - MI MAI 2 jours école / 3 jours entreprise		

RETAIL DANS LE LUXE

EN ALTERNANCE

1^{re} ANNÉE

CULTURE MODE, ART ET LUXE

Enjeux et acteurs du marché du luxe
Art History
Fashion History
Techniques rédactionnelles
Savoir-vivre et savoir-être

RETAIL ET MERCHANDISING

Retail Product Argument : Fashion, Perfumes, jewellery and watchmaking
Management de boutique et KPI

MARKETING ET DIGITAL

Marketing du Luxe
Conception et optimisation de site web
Introduction au digital marketing

DÉVELOPPEMENT PERSONNEL

Photoshop, Indesign
Anglais
LV2 : chinois
E-learning
Bureautique
Atelier carrière
Team building

SÉMINAIRES

- ▶ Cérémonial de vente et store tour retail Paris
- ▶ Visual merchandising et store tour Paris
- ▶ Séminaires techniques : textile, cuir, parfums, gemmologie et horlogerie
- ▶ Couleurs



**STORE TOUR
RETAIL/MERCHANDISING
À PARIS**

2^e ANNÉE

CULTURE MODE, ART ET LUXE

Codes du luxe
Perfume History
Contemporary Fashion History

RETAIL ON LINE ET OFF LINE

Cross Selling in Luxury
Writing techniques and e-mailing in Luxury Industry
CRM et customer experience in luxury
Management de boutique et KPI
Projet visual merchandising
Prospection et social selling
Stratégies de référencement SEA/SEO

MARKETING ET COMMUNICATION

Comportement du consommateur
Marketing approfondi et élaboration du plan d'action commercial
Communication et événements dans le luxe

DÉVELOPPEMENT PERSONNEL

ICDL : Excel et Excel BDD
Comptabilité pour manager
Photoshop et Illustrator
Anglais
Chinois
Rapport d'activité
E-learning

SÉMINAIRES THÉMATIQUES

- ▶ Œnologie : Sales in wine and Champagne
- ▶ Hospitality : Sales in hospitality and gastronomy
- ▶ Live streaming, social selling

3^e ANNÉE

RETAIL ON LINE ET OFF LINE, MANAGEMENT DE BOUTIQUE ET MERCHANDISING

Selling in BtoB et réglementation commerciale
Négociation et achats
Retail management
Gestion de crise en boutique
Prévisions de vente, gestion de stock et KPI
Mission réelle : stratégie de distribution dans le luxe
Sketchup
Projet merchandising

MARKETING ET COMMUNICATION

International marketing
Distribution à l'international, licencing et travel retail
Stratégie de communication Web
Mailshimp & Newsletters

DÉVELOPPEMENT PERSONNEL

Droit commercial et droit de la distribution
Anglais TOEIC
Chinois
Budget et tableaux de bord
Rapport d'activité
E-learning

SÉMINAIRES THÉMATIQUES

- ▶ Luxury Retail Challenge
- ▶ E-commerce, e-merchandising et omnicanalité



**STORE TOUR
RETAIL/MERCHANDISING
À LONDRES**

RESPONSABLE RETAIL DANS LE LUXE*

Titre reconnu par l'État
niveau 6

DÉBOUCHÉS

- ▶ Conseiller de vente
- ▶ Sales Assistant
- ▶ Assistant commercial
- ▶ Chargé de développement commercial
- ▶ Assistant merchandising
- ▶ Assistant manager de showroom
- ▶ Assistant manager de boutiques
- ▶ Personal Shopper
- ▶ Category Manager
- ▶ Consultant Retail
- ▶ Acheteur
- ▶ Assistant responsable de formation retail

Ce cursus comprend 65 jours de cours.
Obtention de 60 crédits ECTS sur une année.

* Titre délivré par l'EIML Paris et enregistré au RNCP par décision de France Compétences en date du 10 février 2021.



BACHELOR SPÉCIALISÉ CLIENT ADVISOR EN PARTENARIAT AVEC AVEC LES METIERS D'EXCELLENCE LVMH

Vous aimez travailler au contact des clients du luxe, vous avez le sens du service et le goût pour raconter de belles histoires du luxe ? Vous souhaitez étudier en anglais ? Le programme Client Advisor vous permettra de répondre aux exigences du consommateur de luxe et de l'expérience client en boutique. Ce programme se déroule sur 12 mois en alternance au sein du groupe LVMH, et permet aux apprenants de devenir en un an expert de la vente de produits de luxe dans des environnements exigeants et très attrayants.

ME
INSTITUT
LVMH



STUDY SCHEDULE

SEPT - JUNE

Alternating 2 days a week at school and 3 days a week in a LVMH Maison
+ 2 weeks of seminars + masterclasses

BACHELOR SPÉCIALISÉ CLIENT ADVISOR



Programme « Client Advisor »
des métiers d'excellence LVMH
au sein de l'EIML Paris

EN ALTERNANCE



ADMISSION POST BAC+2/3

LUXURY RETAIL MANAGEMENT

Sales techniques in perfume
Sales techniques in jewelry and watches
Product arguments and sales in fashion
Sales ceremonial in luxury industry
Cross-selling in luxury industry
Sales forecasts and logistics
Management and leadership
Distribution law
Sales team management
Writing techniques and e-mailing
CRM and Customer Experience

LUXURY PLAYERS AND CODES

French etiquette
Luxury codes
Fashion history
Key market players

MARKETING AND DIGITAL MARKETING IN LUXURY INDUSTRY

Principles of marketing
Principles of communication
Brand identity
Visual identity
Window display
Digital experience in store
Accounting for managers

COMMUNICATION TOOLS

TOEIC
Chinese
Photoshop, Indesign, Illustrator
Word, Excel, Powerpoint
Operational report
E-learning

MASTER CLASSES



WORKSHOPS

- ▶ Perfumes
- ▶ Gemmology
- ▶ Leather
- ▶ Textile
- ▶ Wine testing

RESPONSABLE RETAIL
DANS LE LUXE*
Level-6
RNCP certificate

JOB OPPORTUNITIES IN A LVMH MAISON

- ▶ Client advisor
- ▶ Conseiller clientèle
- ▶ Sales assistant
- ▶ Store manager assistant
- ▶ Assistant responsable d'espace
- ▶ Assistant commercial
- ▶ Assistant chargé des relations client
- ▶ Personal shopper
- ▶ Assistant showroom
- ▶ Assistant responsable gestion de la relation client
- ▶ Assistant responsable de formation retail

Ce cursus comprend 65 jours de cours.
Obtention de 60 crédits ECTS sur une année.

*EIML Paris is entitled to train students and assess them to get a level-6 RNCP certificate of " Responsable Retail dans le Luxe" accredited under the French Ministry of Employment by a decision of 10 February 2021





BACHELOR SPÉCIALISÉ MANAGEMENT DE LA MODE

Au sein du même campus que l'EIML Paris, MODART International est une école de mode parisienne de Bac à Bac+5, à vocation internationale, qui forme les futurs acteurs des métiers du textile, de l'accessoire et du luxe. L'école regroupe autour d'un même projet académique et professionnel les formations au métier de styliste-modéliste et aux métiers du management et de la communication de mode. L'école dispose également de campus à Lille et à Lyon.





RYTHMES D'ÉTUDES

1 ^{re} ANNÉE	2 ^e ANNÉE	3 ^e ANNÉE	ADMISSION DIRECTE 3 ^e ANNÉE	4 ^e ANNÉE
OCT - DÉC Cours 4 jours / semaine	SEPT Stage	SEPT - DÉC Stage	OCT - MI DÉC Cours 4 jours / semaine	OCT - AOÛT Séminaires internationaux ou alternance
MI DÉC - MI FÉV Stage de 2 mois	OCT - MI DÉC Cours 4 jours / semaine	JAN - JUIN Cours 4 jours / semaine	MI DÉC - MI MARS Stage	1 jours cours / semaine + 6 semaines de séminaires
MI FEV - MAI Cours 4 jours / semaine	MI DÉC - MI MARS Stage	JUIL - AOÛT Stage	MI MARS - MI JUIN Cours 4 jours / semaine	
JUIN - AOÛT Stage	MI MARS - MAI Cours 4 jours / semaine		MI JUIN - AOÛT Stage	
	JUIN - AOÛT Stage			

MANAGEMENT DE LA MODE

1^{re} ANNÉE

PRODUITS MODE ET LUXE

Histoire de la mode
Organisation de défilé de mode
Stratégies de marques
Textile
Style et produits
Illustration de mode

MARKETING ET COMMUNICATION

Marketing de la mode
Merchandising visuel
Revue de Presse
Techniques rédactionnelles
Techniques de vente

GESTION ET MANAGEMENT

Droit
Gestion comptable

ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL

Anglais des affaires
Italien
PAO et communication visuelle
Prise de parole en public
Vie associative

WORKSHOP STYLE & MANAGEMENT

2^e ANNÉE

PRODUITS MODE ET LUXE

Histoire de la mode
Arts et mode
Technologies textile
Style et produits
Illustration de mode

MARKETING ET COMMUNICATION

Marketing de la mode
Comportement du consommateur
Études de marché
Merchandising
Communication mode
Relations presse
Blog et actualités de la mode
Distribution wholesale
Retail

GESTION ET MANAGEMENT

Logistique et achats
Gestion des ventes
Management organisationnel & financier
Droit
Ressources humaines

ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL

Anglais des affaires
Italien débutant
Photoshop, Indesign
Vie associative

WORKSHOP STYLE & MANAGEMENT

3^e ANNÉE

PRODUITS MODE ET LUXE

Histoire de la mode
Mode et cinéma
Études sectorielles : enfant, mode masculine, lingerie, maroquinerie, chaussure
Innovation et produits mode
Illustration de mode

COMMUNICATION

Marketing stratégique
Marketing international
Stratégie de communication
Stratégie de merchandising
Communication digitale

GESTION ET MANAGEMENT

Gestion prévisionnelle
Administration des ventes
Commerce international
Stratégie d'une entreprise de mode
Négociation commerciale

ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL

Anglais des affaires
Italien débutant
Production multimedia

MÉMOIRE

OPTIONNEL : SEMESTRE À L'ÉTRANGER

- ▶ ESG UQAM / Montréal
- ▶ RMIT / Melbourne
- ▶ VIA / Danemark
- ▶ SHANGHAI NORMAL UNIVERSITY / Shanghai

WORKSHOP STYLE & MANAGEMENT

LES WORKSHOPS

Dans le cadre de projets transdisciplinaires, les étudiants de Management, de Communication et de Création de mode collaborent chaque année en mode séminaire sur les projets suivants :

- ▶ Customisation d'une pièce du vestiaire
- ▶ Plan de collection à partir d'une pièce proposée par les élèves de stylisme
- ▶ Positionnement marketing et plan de communication des collections présentées en défilé
- ▶ Création de marque et plan de commercialisation.

Ces séminaires intensifs visent à permettre à chacun, stylistes et managers, d'appréhender et de comprendre le métier et les enjeux de l'autre lors de la création d'une collection.

Chaque projet est présenté devant un jury de professionnels du secteur de la mode et l'ensemble de la promotion.

Des « prix du jury » et des « prix étudiants » sont décernés aux meilleurs projets.

Ces séminaires de création et de réflexion stimulent les étudiants et permet d'instaurer, au sein de l'école, un fort climat de cohésion.



Workshop Style & Management - 1^{re} année
Customisation d'une veste en Jeans



RESPONSABLE MARKETING ET COMMERCIAL DE LA MODE ET DU LUXE*

Titre reconnu par l'Etat
niveau 6

DÉBOUCHÉS

- ▶ Chef de produit dans la mode
- ▶ Responsable licence
- ▶ Responsable marketing
- ▶ Merchandising
- ▶ Responsable de marque
- ▶ Responsable commercial
- ▶ Directeur de boutique
- ▶ Chef de projet e-commerce
- ▶ Responsable communication

Ce cursus comprend 65 jours de cours.
Obtention de 60 crédits ECTS sur une année.

*Dans le cadre d'un partenariat conclu avec MODART International, l'EIML Paris est habilitée pour former et évaluer les candidats à l'obtention du titre RNCP de Responsable Marketing et Commercial de la Mode et du Luxe de niveau 6, inscrit au RNCP par arrêté du 3 décembre 2010 et renouvelé par arrêté du 15 décembre 2016 publié au Journal Officiel du 18 décembre 2016.





ONLINE MBA IN LUXURY MARKETING FULL ENGLISH

The online MBA in Luxury Marketing by EIML Paris offers students a unique learning experience, and prepares them to build their career towards sectorial areas of the luxury industry: fashion, jewelry and watches, cosmetics and perfumes, gastronomy, wine and spirits, hospitality and luxury services.

The online program fully taught in English, enables students to gain core knowledge about luxury management, marketing and communication while developing an understanding of brand management regarding different luxury sectors.

Both online and offline, the pedagogy is innovative and based on practical teachings including seminars, conferences, case studies and consulting projects in collaboration with luxury brands. Thus, EIML Paris MBA offers seminars in the following specializations : trends, moodboards and collection plans, gemology, cosmetics-and-perfume-making techniques and gemmology, gastronomy and wine-tasting workshops.

Study trips including store tours in European capitals are organized in order to help students to develop an international vision of luxury cultures.

Who is this program for?

Students having earned a four-to-five-year higher education degree, and professionals aspiring to deepen their knowledge or extend their actionable know-how. The program offers a level 7 RNCP Certificate accredited under the French Ministry of Employment.



" With more than 6 years of experience in International Marketing Management, my ambition when I arrived in France was to complete my studies and knowledge of Marketing. As I have turned to the luxury sector in the last few years, the EIML Paris MBA in Luxury Marketing program has provided me with what I needed for my new professional orientation, far beyond any expectations. This training in full English has allowed me to deepen my knowledge of luxury codes, with speakers of exceptional quality in classes and evening conferences that have generated multiple benefits on my personal and professional development."

Mathilde COLOMBIER
MBA Luxury Marketing Student

STUDY SCHEDULE

OCT - JAN (Y+2)

Work / study program : 1 day online class (Saturday)
and 4 days in the workplace
+ 4 weeks of seminars during the course

ONLINE MBA IN LUXURY MARKETING

WORK-STUDY PROGRAM

The entire MBA pedagogy is innovative, focused on thematic approaches and 4 workshops. The field experience is also a priority of this MBA

1 LUXURY MARKETING FUNDAMENTALS

Students will discover the luxury codes and the main keyplayers of the luxury sector. They will also strengthen their knowledge in management, brand management and luxury marketing

2 MANAGEMENT AND STRATEGIC/OPERATIONAL MARKETING

Courses will focus on management and strategic & operational marketing in the luxury sector. Study trips are planned in order to deepen the students sector's knowledge and meet professionals.

3 SECTORAL SPECIFICITIES AND STRATEGIES

This part is dedicated to the major areas of luxury through sectoral case studies, brand-oriented consulting projects and courses delivering technical expertise.

LUXURY MARKETING MANAGEMENT

Communication strategy and event
Globalization and luxury brands
Financial management
Budget
Human Ressources Management
Sustainable luxury challenge
Luxury codes
Fashion history
Perfume history
Intercultural management
Marketing management
Crisis management

LUXURY MARKETING TECHNIQUES

Digital marketing and social media
CRM
Market survey, panels and customer behaviour
Merchandising strategies
International luxury distribution
Referencing (SEO / SEA and KPI)

BRAND MANAGEMENT IN VARIOUS LUXURY SECTORS

MANAGING A WINE BRAND

MANAGING A GASTRONOMY BRAND

MANAGING A HOSPITALITY BRAND

COMMUNICATION TOOLS & PROJECT

E-learning
Final year project : Thesis
TOEIC preparation
Team building

4 WEEKS OF SEMINARS

Thematic workshop (perfume, jewelry, watchmaking, wine, leather)
Study trip in London
Study trip in Milan
Study trip in Champagne

MANAGER DES STRATÉGIES COMMUNICATION MARKETING*

Level-7 RNCP
certificate

JOB OPPORTUNITIES

- ▶ Product manager
- ▶ Marketing manager
- ▶ Market research manager
- ▶ Community manager
- ▶ Communication manager
- ▶ PR manager
- ▶ Digital marketing manager
- ▶ CRM manager
- ▶ Brand manager
- ▶ Sales manager
- ▶ Store manager
- ▶ Luxury buyer

One academic year includes 65 days of courses and corresponds to 60 ECTS-credits.

*Through a partnership with SCIENCES-U LILLE, EIML Paris is entitled to train students and assess them to get a level-7 RNCP certificate of "Manager des Stratégies Communication Marketing" accredited under the French Ministry of Employment by an order of 7 July 2017 and published in the Official Journal of 19 July 2017.





DESIGN PROJECT PROGRAM

En partenariat avec EFET STUDIO CRÉA, une école de SKOLAE, l'EIML Paris propose aux bacheliers de découvrir, en un an après Bac, 8 disciplines artistiques : la photographie, l'architecture d'intérieur, le merchandising, l'animation 3D, le webdesign, le stylisme, l'audiovisuel et la communication visuelle.

Ce programme offre la possibilité aux étudiants de découvrir chaque mois une nouvelle discipline par le biais d'une « piscine artistique ». Forts de cette ouverture, les étudiants pourront se spécialiser en 2e année dans l'une des 6 écoles de SKOLAE partenaires du programme. Un parcours de formation idéal pour celles et ceux qui souhaitent prendre le temps de mûrir leur projet professionnel.

DESIGN PROJECT PROGRAM

ADMISSION POST BAC - PROGRAMME SUR 1 AN



LA PHASE DE DÉCOUVERTE ARTISTIQUE

► Octobre à mi-juin

La phase de découverte permet aux étudiants de s'ouvrir à plusieurs disciplines artistiques et de savoir laquelle leur correspond le mieux. Les projets et réalisations durant cette période aideront les étudiants à prendre conscience des compétences nécessaires à l'exercice des différents métiers créatifs.

Cette phase est aussi un moment important car elle leur permettra de stimuler leur créativité grâce à des techniques, des matériaux ou des approches créatives diversifiées.

MENTORING

Un mentoring est mis en place tout au long de l'année afin d'assurer un suivi individualisé. Les mentors font partie de l'équipe pédagogique et sont des professionnels qui mettent leur expertise au service des apprenants. Cet accompagnement permet aux étudiants d'élaborer un projet professionnel plus clair et d'être aidés dans le choix de spécialisation en fin de 1^{re} année.

NOS ÉCOLES PARTENAIRES DU DESIGN PROJECT PROGRAM



École Internationale de Marketing et Management du Luxe, l'EIML Paris est la Grande École dédiée au secteur du luxe de Bac à Bac+5.

www.eiml-paris.fr



EFET STUDIO CRÉA est la Grande École des Designers de Bac à Bac+5 avec des spécialisations en Design Graphique & Numérique, et Design & Architecture d'Intérieur.

www.efet-studiocrea.com



L'Institut de Création et d'Animation Numériques (ICAN) est la Grande École des Jeux vidéo, de l'Animation 3D et de la Création web de Bac à Bac+5.

www.ican-design.fr

Ce programme permet aux étudiants de découvrir différentes disciplines artistiques puis de se spécialiser en 2^e année dans l'une de nos écoles partenaires.

MI-MAR



Marchandising

MI-AVR



Photographie

MI-MAI



Audiovisuel

MI-JUIN

Choix d'approfondissement d'une spécialisation parmi les 8 proposées

AOÛT

Intégration en 2^e année dans l'une de nos écoles partenaires



LA PHASE D'APPROFONDISSEMENT

► Octobre à mi-juin

À l'issue de la phase de découverte, les étudiants devront choisir un module de spécialisation qui leur permettra d'approfondir leurs connaissances durant 5 à 6 semaines sur l'un des axes artistiques qu'ils ont pu découvrir lors de la 1^{re} phase.

Au cours de cette phase d'approfondissement, les étudiants seront en immersion totale dans l'une des 6 écoles partenaires du programme afin d'acquérir les fondamentaux techniques et artistiques indispensables à la poursuite mi-juin à mi-juillet dans la spécialité choisie.

MODART
INTERNATIONAL

MODART International est la Grande École de Stylisme et Modélisme, Management de la Mode et Communication de Mode de Bac à Bac +5.
www.modart-paris.com

efet
PHOTOGRAPHIE

L'EFET Photographie est la Grande École de Photographie de Bac à Bac+3.
www.efet.fr

ESIS ÉCOLE SUPÉRIEURE DE L'IMAGE ET DU SON

L'ESIS est la Grande École du Son, de l'Audiovisuel et du Cinéma de Bac à Bac+5.
www.esis-paris.fr

EN PARTENARIAT AVEC EFET STUDIO CRÉA

PROGRAMME DÉCOUVERTE

4 semaines - octobre

OBJECTIF PÉDAGOGIQUE :

Découvrir la PAO et s'initier au design graphique.

► Photoshop

Autonomie sur le logiciel

Évaluation : **Retouche d'image**

► Identité visuelle

Illustrator, méthodologie créative

Évaluation : **Création de logo**

► Affiche

InDesign, croquis

Évaluation : **Réalisation d'affiche**

► Dessin / Modèle vivant

Bases du dessin

Évaluation : **Carnet de croquis**

PROGRAMME APPROFONDISSEMENT

5 à 6 semaines - mi-juin à fin juillet

OBJECTIF PÉDAGOGIQUE :

Développer son écriture graphique, maîtriser les bases de l'identité visuelle et de la communication

► Design graphique

Créer une identité visuelle

Évaluation : **Exercice pratique (création d'une identité visuelle)**

► Dessin et couleur

Apprentissage d'une diversité de techniques (dessin, fusain, peinture, aquarelle...)

Évaluation : **Carnet de croquis**

► Typographie

Maîtrise des règles typographiques

Évaluation : **Analyse / comparaison de typographies**

► Mise en page

Maîtrise des règles de mise en page

Évaluation : **Maquetter la couverture d'un magazine**

► Graphisme

Développer son écriture / style créatif

Évaluation : **Réalisation d'une affiche**

► Culture du design graphique

Connaître les grands courants du graphisme

Évaluation : **Contrôle de connaissances**

► Sémiologie

Analyser et argumenter pour défendre un projet

Évaluation : **Analyse d'une stratégie de communication**



POURSUITE D'ÉTUDES en 2^e année de Bachelor Design Graphique et Numérique à EFET STUDIO CRÉA

DÉBOUCHÉS

- Chef de projet
- Motion designer

- Designer
- Graphiste

- Illustrateur
- Directeur artistique

EN PARTENARIAT AVEC EFET STUDIO CRÉA

PROGRAMME DÉCOUVERTE

4 semaines - novembre

OBJECTIF PÉDAGOGIQUE :

Découverte de l'univers de l'architecture d'intérieur et initiation aux bases fondamentales

► **Perspective initiation**

Découverte des méthodes, perspective axonométrique et à un point de fuite

Évaluation : Exercice simple

► **Bureau d'études projet initiation**

Initiation pratique du projet, bases du tracé

Évaluation : Mise en œuvre d'un petit projet

simple, présentation finale

► **Rough**

Technique de mise en couleurs rapide

Évaluation : Exercice simple en cours

► **Technologie initiation 1**

Découverte de l'univers du bâtiment

Évaluation : Réalisation d'un petit dossier



PROGRAMME APPROFONDISSEMENT

5 à 6 semaines - mi-juin à fin juillet

OBJECTIF PÉDAGOGIQUE :

Acquérir des bases fondamentales de pratiques de la création et de la représentation en architecture d'intérieur

► **Design mobilier et objet**

Initiation méthodologique de la démarche de création en design

Évaluation : Réalisation d'un projet

► **Bureau d'études projet**

Développement de la méthodologie de travail du projet d'architecture : démarche de recherche, travail de l'esquisse, initiation à la communication du projet et valorisation de la recherche créative

Évaluation : Exercices courts dans différents axes de recherches

► **Technologie initiation 2**

Vocabulaire spécifique, découverte du bâtiment 2e partie

Évaluation : Contrôle de connaissances sous forme de QCM

► **Modèle vivant**

Module de découverte, initiation et découverte des techniques

Évaluation : Travail en cours évalué

► **Tracé architectural**

Découverte des codes de représentation en 2D

Évaluation : Travail en TP

► **Perspective construite**

Finalisation des perspectives frontales et découverte de la perspective à 2 points de fuite

Évaluation : Exercices simples

POURSUITE D'ÉTUDES en 2^e année de Bachelor Design et Architecture d'Intérieur à EFET STUDIO CRÉA

DÉBOUCHÉS

- Muséographe
- Maquettiste
- Chef d'agence
- Scénographe
- Décorateur
- Chef de projet
- Pilote de chantier
- Dessinateur Projeteur
- Responsable de bureau d'études

DESIGN PROJECT PROGRAM

ANIMATION 3D

EN PARTENARIAT AVEC L'ICAN

PROGRAMME DÉCOUVERTE

4 semaines - décembre à mi-janvier

OBJECTIF PÉDAGOGIQUE :

Découvrir les outils de l'animation 3D et du motion design

► Design 3D

Découverte modélisation 3DsMax

Évaluation : Réalisation d'une image 3D

► Animation 3D

Découverte animation 3DsMax

Évaluation : Exercices d'animation simple (rebond d'une balle...)

► Motion design

Découverte animation sur After Effects

Évaluation : Réalisation d'une scénette animée

► Character design

Maîtriser les fondamentaux du character design

Évaluation : Création du « model sheet »

PROGRAMME APPROFONDISSEMENT

5 à 6 semaines - mi-juin à fin juillet

OBJECTIF PÉDAGOGIQUE :

Réaliser des séquences animées complètes en 2D et 3D

► Modélisation 3D

Autonomie sur 3DsMax

Évaluation : Modélisation d'un personnage

► Animation 3D

Connaissance des fondamentaux de l'animation 3D

Évaluation : Animation du robot dans un espace donné

► Motion design

Connaissance des fondamentaux d'After Effects

Évaluation : Analyse / comparaison de typographies

► Mise en page

Maîtrise des règles de mise en page

Évaluation : Réalisation d'un clip de 15s

► Dessin

Techniques de dessin (perspective, modèle vivant...)

Évaluation : Carnet de croquis

► Histoire de l'animation

Connaître les grandes références de l'histoire de l'animation

Évaluation : DST

► Animation 2D

Autonomie sur TV Paint

Évaluation : Animation d'une marche image par image

► Analyse filmique

Connaître la grammaire cinématographique

Évaluation : QCM et analyse de film



POURSUITE D'ÉTUDES en 2^e
année de Bachelor Anima-
tion 2D à l'ICAN

DÉBOUCHÉS

► Animateur 3D
► Concept artist

► Designer numérique
► Game artist

► Character designer
► Illustrateur

DESIGN PROJECT PROGRAM

WEBDESIGN

EN PARTENARIAT AVEC L'ICAN

PROGRAMME DÉCOUVERTE

4 semaines - mi-janvier à mi-février

OBJECTIF PÉDAGOGIQUE :

Maîtriser les fondamentaux du webdesign

► PAO

Maquette pour le web

Évaluation : 50% question de cours, 50%
exercices pratiques

► HTML / CSS

Initiation au langage d'intégration

Évaluation : Intégration d'un portfolio simple

► Webdesign

Organiser une interface Web

Évaluation : Réalisation d'un portfolio simple

PROGRAMME APPROFONDISSEMENT

5 à 6 semaines - mi-juin à fin juillet

OBJECTIF PÉDAGOGIQUE :

Gérer un projet de réalisation de site internet

► Design graphique

Créer une identité visuelle

Évaluation : Exercice pratique (création
d'une identité visuelle)

► Webdesign - HTML - Ergonomie

Concevoir, intégrer un site et organiser sa
navigation

Évaluation : Réalisation complète d'un site
Web

► Atelier projet

Gestion de projet web

Évaluation : Soutenance de projet

► CMS

Savoir définir et mettre en place un CMS

Évaluation : Projet e-commerce

► Sémiologie

Analyser et argumenter pour défendre un
projet

Évaluation : Analyse d'une stratégie de
communication



POURSUITE D'ÉTUDES en 2^e
année de Bachelor Web &
Communication Visuelle à
l'ICAN

DÉBOUCHÉS

► Infographiste
► Webdesigner

► Intégrateur front-end
► Développeur back-end

► Producer

STYLISME

EN PARTENARIAT AVEC MODART INTERNATIONAL

PROGRAMME DÉCOUVERTE

4 semaines - mi-février à mi-mars

OBJECTIF PÉDAGOGIQUE :

Découvrir les bases du stylisme

► Couleur

Connaître et travailler les harmonies de couleurs

Évaluation : Contrôle de connaissances et mini moodboard autour d'une harmonie de couleurs

► Moodboard

Prospection, mise en page, mise en relation d'idées

Évaluation : Réalisation d'un moodboard pour créer un impact visuel

► Tendance

Savoir décrypter une collection

Évaluation : Défi nir, évaluer et valoriser des tendances fortes

► Initiation au modélisme

Appréhension de la machine à coudre pour créer un vêtement simple, placer un patron

Évaluation : Conception d'une robe à partir d'un patron fourni

PROGRAMME APPROFONDISSEMENT

5 à 6 semaines - mi-juin à fin juillet

OBJECTIF PÉDAGOGIQUE :

Savoir décrypter des tendances mode et acquérir les bases de la création d'un vestiaire

► Atelier matière

Connaissance des armures, fibres naturelles...

Évaluation : Maquettes (teintures et imprimés)

► Stylisme

Silhouette de mode et dessin à plat

Évaluation : Deux mini collections (collaboration fictive avec une marque)

► Modélisme

Création de la base de la jupe, patronage de la jupe (travail sur les pinces, etc.)

Évaluation : Construction de la base d'une jupe tailleur, réalisation & création d'une jupe personnelle (à pli, à godet, à volants...)

Maîtriser les bases du corsage et des découpes (corsage à pinces, sans pince, etc.), col, pied de col, poignet, pattes de boutonnage...

Évaluation : Réalisation d'un corsage ou d'une chemise

Consolidation des compétences

Évaluation : Contrôle de connaissances



POURSUITE D'ÉTUDES en 2^e année de Bachelor Stylisme et Modélisme à MODART INTERNATIONAL

DÉBOUCHÉS

- Styliste
- Styliste infographiste
- Directeur artistique

- Styliste tendance
- Modéliste
- Costumier

- Illustrateur de mode
- Directeur de collection

DESIGN PROJECT PROGRAM

MERCHANDISING



EN PARTENARIAT AVEC L'EIML PARIS

PROGRAMME DÉCOUVERTE

4 semaines - mi-mars à mi-avril

OBJECTIF PÉDAGOGIQUE :

S'initier à la création et à la mise en scène des produits de luxe

► Les principaux marchés et les acteurs du luxe

Connaître les marchés de produits et services du secteur du luxe

Évaluation : Contrôle de connaissances et projet de groupe

► Initiation au merchandising (mode & luxe)

Connaître les bases du merchandising et savoir utiliser les règles d'agencement des produits de luxe

Évaluation : Contrôle de connaissances et étude de cas

► Introduction au marketing du luxe

Comprendre les fondamentaux du marketing du luxe, de l'analyse de l'offre à la création du besoin

Évaluation : Contrôle de connaissances et dossier marketing

► Sketchup initiation

Connaître les fondamentaux du logiciel sketchup

Évaluation : Suivi et accompagnement d'un projet d'agencement intérieur de produits de luxe dans un espace

PROGRAMME APPROFONDISSEMENT

5 à 6 semaines - mi-juin à fin juillet

OBJECTIF PÉDAGOGIQUE :

Savoir analyser les pratiques merchandising et de marketing opérationnel, et acquérir les bases de la création d'outils de merchandising dans le luxe

► Atelier de création d'une PLV

Savoir créer un outil d'aide à la vente efficace et esthétique

Évaluation : Présentation d'un rough, plan et maquette

► Atelier de création de portfolio

Savoir présenter ses réalisations sur un book sous format agence

Évaluation : Présentation et argumentation orale du book

► Publicité dans le luxe

Savoir analyser les principales campagnes publicitaires

Évaluation : Dossier et soutenance sur le décryptage d'une campagne publicitaire de luxe à 360°

► Marketing opérationnel

Manipuler les outils du mix marketing et savoir les appliquer

Évaluation : Présentation d'un lancement de

nouveau produit

► Techniques et cérémonie de vente dans le luxe

Savoir développer un argumentaire de vente

Évaluation : Mises en situation client/vendeur

► Histoire de la mode et du costume

Connaître les grands courants de mode

► Les principaux courants du design

Connaître les designers et périodes ayant marqué l'histoire du mobilier et de l'art

Évaluation : Contrôle de connaissances et étude des collaborations entre marques de luxe et designers

► Cours de gestion

Initiation à la comptabilité générale
Consolidation des compétences

Évaluation : Contrôle de connaissances



POURSUITE D'ÉTUDES en 2^e année de Bachelor Spécialisé Luxe, Merchandising et Design à l'EIML Paris

DÉBOUCHÉS

- Directeur de boutique
- Attaché commercial
- Visual merchandiser

- Responsable identité visuelle
- Chef de projet merchandising

- E-merchandiser
- Responsable PLV
- Scénographe produit
- Acheteur

DESIGN PROJECT PROGRAM

PHOTOGRAPHIE

EN PARTENARIAT AVEC L'EFET PHOTOGRAPHIE

PROGRAMME DÉCOUVERTE

4 semaines - mi-avril à mi-mai

OBJECTIF PÉDAGOGIQUE :

Découvrir et s'initier à la photographie

► Initiation Photographie

Acquisition de fondamentaux: apprendre les grandes notions indispensables pour savoir prendre des photos (diaphragme, vitesse, Iso, cadrage...)

Évaluation : Question de cours et réalisation d'images

► Initiation reportage

Acquisition des fondamentaux : initiation au maniement du langage visuel en reportage

Évaluation : Rendus de photographies

► Initiation studio

Acquisition de fondamentaux : initiation au

travail de la lumière en studio

Évaluation : Rendus de photographies

► Initiation labo noir et blanc

Connaître les bases de fonctionnement d'un labo noir et blanc et savoir-faire un tirage

Évaluation : Réalisation d'un tirage

► Images numériques (Lightroom Photoshop)

Savoir développer ses raws et connaître les fondamentaux sur l'image numérique

Évaluation : Rendus d'images travaillées

PROGRAMME APPROFONDISSEMENT

5 à 6 semaines - mi-juin à fin juillet

OBJECTIF PÉDAGOGIQUE :

Acquérir des bases fondamentales techniques et culturelles en photographie

► Reportage

Savoir photographier : manier le langage visuel et raconter en photo

Évaluation : Rendus de reportage

► Studio

Savoir photographier : maîtriser les bases de la lumière en studio

Évaluation : Rendus de dossiers studio

► Photoshop

Approfondissement sur le traitement de l'image

Évaluation : Rendus d'images et question de cours

► Histoire de la photo et analyse d'image

Connaître les grandes images et les grands courants qui font l'histoire de la photographie

Évaluation : Questions de cours

► Impressions numériques

Connaître les bases pour pouvoir imprimer une image

Évaluation : Questions de cours



POURSUITE D'ÉTUDES en
2^e année de Bachelor
Photographie à l'EFET
PHOTOGRAPHIE

DÉBOUCHÉS

- Photographe de mode
- Photographe de cinéma
- Photographe de plateau

- Photographe reporter & presse
- Photographe de publicité
- Photographe d'art

- Photographe d'architecture

DESIGN PROJECT PROGRAM

AUDIOVISUEL

EN PARTENARIAT AVEC L'ESIS

PROGRAMME DÉCOUVERTE

4 semaines - mi-mai à mi-juin

OBJECTIF PÉDAGOGIQUE :

Initiation aux techniques de prise de vue, de prise de son et de montage, et à l'écriture de scénario afin de réaliser un court métrage

► Techniques de réalisation audiovisuelle

Savoir prendre en main une caméra et régler le son

Évaluation : montage d'une bande annonce ou d'un clip

► Logiciel de montage

Monter une vidéo sur première pro

Évaluation : montage d'une bande annonce ou d'un clip

► Techniques de son

Maîtriser les logiciels pro-tools pour mixer une vidéo

Évaluation : réalisation d'un court métrage de 3 min

► Atelier d'écriture

Apprendre à écrire un scénario et à la story boarder

Évaluation : réalisation d'un court métrage de 3 min

PROGRAMME APPROFONDISSEMENT

5 à 6 semaines - mi-juin à fin juillet

OBJECTIF PÉDAGOGIQUE :

Connaitre les règles juridiques, budgétaires, logistiques de réalisation d'une production, maîtriser les techniques de montage et acquérir une culture artistique et cinématographique

► Droit de l'audiovisuel

Droit à l'image, droit musicaux, droits des intermittents du spectacle, publicité (règles, interdiction, protection)

Évaluation : contrôle de connaissances

► Financement d'une production

Notions de comptabilité, de budget, de planification

Évaluation : contrôle de connaissances

► Gestion de production

Comment organiser un tournage d'un point de vue logistique, financier et juridique

Évaluation : réalisation d'un retro-planning, d'une feuille de service, des autorisations de droit à l'image et droits musicaux

Plateau, studio, régie multicams

Comment installer un plateau : camera, lumière et réalisation multi cameras

Évaluation : réalisation d'un mini-JT avec les contraintes de gestion de production

► Histoire du cinéma

Maîtriser les courants du cinéma et les réalisations de référence

Évaluation : contrôle de connaissances

► Techniques de montages

Apprendre à utiliser les logiciels Final Cut pro et maîtriser le logiciel After Effects

Évaluation : réalisation d'un reportage en utilisant final cut pro et after effects



POURSUITE D'ÉTUDES en 2^e année de Bachelor Audiovisuel, Post-production et VFX à l'ESIS

DÉBOUCHÉS

► Chargé de production
► Journaliste Reporter d'Image

► Monteur son
► Monteur truquiste

► Régisseur lumière
► Chef opérateur

LES ATELIERS DU LUXE

Les étudiants de l'EIML Paris enrichissent leur culture du luxe en découvrant l'histoire des marques ou d'un secteur avec des professionnels du luxe. Ils décryptent les codes du luxe en visitant des boutiques et des lieux mythiques, et s'initient au savoir-faire des artisans français qui fait du label Made in France une référence internationale dans le secteur du luxe.

ARTS ET CULTURE

Musée des Arts Décoratifs
Palais Galliera
Fondation Azzedine Alaïa
Fondation Louis Vuitton
Ecole Van Cleef and Arpels
Musée du parfum Fragonard



HAUTE GASTRONOMIE & HÔTELLERIE

Pavillon Ledoyen
Plaza Athénée
Mama Shelter
Peninsula
Fouquet's

SALONS PROFESSIONNELS

Salon du Cuir à Paris,
Salon du Chocolat,
Salon Maison & Objets,
Salon de l'Automobile,
Salon Première Vision, etc.



BOUTIQUES ET ATELIERS

*(en présence de directeurs de boutiques,
de responsables merchandising ou d'artisans créateurs)*

Atelier Vuitton
Dior Champs-Élysées
Givenchy
Jimmy Choo
Richard Mille
Bucherer
Messika
Graff
Parfumeries de niches : Jovoy,
Goutal, Serge Lutens

LES CONFÉRENCES DU LUXE

L'EIML Paris offre aux étudiants l'opportunité d'approfondir leur culture business luxe, de mieux comprendre les enjeux et stratégies des Maisons, et d'en savoir plus sur les différents métiers. Organisées en présentiel et/ou digital tout au long de l'année, ces masterclass donnent aux étudiants l'opportunité d'échanger et de rencontrer des professionnels du luxe qui viennent témoigner auprès d'eux sur les spécificités d'un métier, d'un secteur ou d'une marque.



LES CONFÉRENCES « STRATÉGIES DU LUXE »

Elles préparent les étudiants de l'EIML Paris aux problématiques et challenges qu'ils rencontreront dans leur avenir professionnel dans le luxe. Stratégie de diversification, trading-up et trading down, contraintes et enjeux liés à la distribution sélective, développement des réseaux sociaux dans le luxe, pénétration du marché chinois, études prospectives sur le marché du luxe, analyse des tendances de consommation, réflexion sur la notion de services, etc. autant de réflexions stratégiques portées par les grands témoins du luxe au sein de ce cycle de conférences.

- ▶ Alain Nemaq, PDG MAUBOUSSIN
- ▶ Valérie Duret, District Manager France et Suisse BURBERRY
- ▶ Bruno Alazard, Directeur CRM et Digital Christian LOUBOUTIN
- ▶ Olivier Di Maggio, Directeur marketing des services LE BON MARCHÉ (LVMH)
- ▶ Francis Varesano, CEO TARA JARMON
- ▶ Manuel Mallen, CEO COURBET
- ▶ Bénédicte Destombes, Directrice des ventes, AGENCE PECLERS
- ▶ Benoît Piquet, Directeur NELLY RODI Japon
- ▶ Charlotte Llaeus, Responsable Communication et Partenariat, ROEDERER

LES CONFÉRENCES « MÉTIERS DU LUXE »

Elles donnent la possibilité aux étudiants de découvrir la diversité des postes qui pourront leur être proposés au terme de leur formation.

- ▶ Tifène Veau, Chef de Produit Junior, ROCHAS
- ▶ Fabien Bidet, Store Director, CHRISTIAN DIOR COUTURE
- ▶ Elisa Laffitau, Responsable Visual Merchandising CHOPARD
- ▶ Mathilde Verdonck, Assistante Merchandiser Burberry - Women hard accessories BURBERRY
- ▶ Claire Taillandier-Barrillon, International Marketing Deputy Director - High Jewellery and Jewellery CARTIER
- ▶ Jean-Baptiste Duquesne, Responsable International Presse et Influence Digitale RUINART
- ▶ Alexandra Arnaud, Chef de Produit Beauté CHANEL

LES CONFÉRENCES « CULTURE, ART ET LUXE »

Elles permettent aux étudiants de l'EIML Paris une ouverture d'esprit à ce qui fait les fondamentaux du luxe.

- ▶ Pierres précieuses : exposition de la Grande Galerie de l'Evolution, Christine Masseron, enseignante à l'ING
- ▶ Visioconférence exposition «Gabrielle Chanel. Manifeste de mode», conférencière du Palais Galliera
- ▶ « Le magazine Vogue et la photographie de mode », Sylvie Lécallier, Responsable des collections photographiques

LA CITÉ DU LUXE

Imaginée il y a 10 ans, la Cité du Luxe de l'EIML Paris réunit professionnels et étudiants sur des problématiques actuelles du secteur du luxe. Il s'agit d'un moment d'échanges et de réflexion entre les jeunes générations et les experts du luxe, ayant un triple objectif : être une véritable tribune pour les étudiants qui ont travaillé toute l'année sur le sujet choisi, faciliter l'insertion professionnelle et permettre aux étudiants de découvrir les tendances du secteur et ses principales évolutions.

LES PRÉCÉDENTES ÉDITIONS



LES MISSIONS DE CONSULTING

Les entreprises du luxe confient régulièrement des missions de consulting aux étudiants de l'EIML Paris afin de les faire travailler sur des problématiques stratégiques. Les étudiants mettent en pratique leurs enseignements sur des cas concrets avec un brief à respecter et des objectifs à atteindre. À l'issue de la mission, les étudiants présentent aux dirigeants des recommandations accompagnées de plans d'actions séquencés et chiffrés.

EXEMPLES DE MISSIONS

Van Cleef & Arpels

Concevoir une nouvelle plateforme de marque



Projet communication : création publicitaire

ARMANI

Refondre la collection maquillage



Création d'un plan de communication

Baccarat

Créer un événement digital pour la marque et réaffirmer son identité



Concevoir une stratégie relations presse pour une ouverture d'hôtel

BURBERRY
LONDON ENGLAND

Merchandising, création d'une PLV pour les parfums

TARA JARMON
PARIS

Marketing : Réaliser une étude de marché

RALPH LAUREN

Fidéliser et acquérir de nouveaux clients

DOLCE & GABBANA

Création d'une nouvelle gamme beauté



Création d'un concept store et d'une PLV

BYREIDO

Dynamiser la ligne de maroquinerie

LES SÉMINAIRES TECHNIQUES

Chaque semestre, les étudiants effectuent un séminaire thématique : un vrai sésame pour acquérir une expertise technique dans un secteur d'activité du luxe. L'objectif est de construire leur parcours professionnel en fonction de leurs passions.



SÉMINAIRES GEMMOLOGIE

OBJECTIF : connaître les pierres gemmes, les perles et les pierres décoratives ; identifier les différents métaux précieux et les différents poinçons ; estimer la valeur marchande des pierres, perles, métaux et bijoux.

Liste non exhaustive de séminaires :

- ▶ Pierres précieuses
- ▶ Diamants
- ▶ Métaux précieux, perles, horlogerie



SÉMINAIRES PARFUMS ET COSMÉTIQUES

OBJECTIF : connaître les matières premières des cosmétiques et de la parfumerie ; comprendre la composition d'un accord ; acquérir une vision globale des différentes phases de développement d'un parfum ou d'un cosmétique.

Liste non exhaustive des séminaires :

- ▶ Les matières premières en parfumerie
- ▶ Les matières premières en soin et maquillage
- ▶ La création d'un parfum



SÉMINAIRES TEXTILES ET CUIRS

OBJECTIF : connaître la variété des matériaux utilisés par l'industrie du luxe ; comprendre les contraintes techniques des artisans.

- ▶ Cuir et fourrures
- ▶ Tissus, chaîne et trame
- ▶ Textiles innovants



SÉMINAIRES ŒNOLOGIE

OBJECTIF : Découvrir les vignobles de France, la composition du vin, les grands crus, les vins étrangers, les accords mets et vins, les champagnes et spiritueux.

- ▶ Vins : initiation à la dégustation
- ▶ Vins étrangers, découverte des terroirs
- ▶ Champagne



SÉMINAIRES HAUTE GASTRONOMIE

OBJECTIF : Maîtriser les codes spécifiques de la haute gastronomie française et internationale, décrypter les courants culinaires en haute gastronomie et découvrir les coulisses d'un restaurant étoilé ou d'un palace parisien.

- ▶ Haute cuisine
- ▶ Haute pâtisserie
- ▶ Haute gastronomie

STAGES, ALTERNANCE ET CARRIÈRE

Le partenariat entreprises est un enjeu clé pour les étudiants de l'EIML Paris. Un ensemble d'outils est mis en œuvre au profit des étudiants tout au long de leur formation : optimisation du CV, ateliers d'aide à la recherche d'entreprises, coaching personnalisé, plateforme d'offres de stages, contrats d'embauche et alternance, journées de recrutements dédiés.

Grâce à un réseau important d'entreprises partenaires dans le domaine du luxe, l'EIML Paris permet aux étudiants de bénéficier d'offres de postes exclusives de grandes maisons de luxe.



La certification qualité a été délivrée au titre des catégories d'actions suivantes :
ACTIONS DE FORMATION
ACTIONS DE FORMATION PAR APPRENTISSAGE
ACTIONS PERMETTANT DE VALIDER LES ACQUIS DE L'EXPÉRIENCE (VAE).

TÉMOIGNAGES



"Grâce aux conférences organisées par l'EIML Paris, j'ai pu rencontrer une ancienne étudiante et décrocher un stage au sein de la prestigieuse maison Hermès dans le cadre de ma troisième année de Bachelor. Enrichissante, cette expérience professionnelle m'a permis de mettre en pratique mes connaissances théoriques acquises au sein de l'école et de découvrir le fonctionnement d'une maison de luxe reconnue à l'international pour ses produits et son savoir-faire d'exception."

Pauline G, Bachelor Programme Marketing du Luxe et assistante chef de produit accessoires bijoux chez Hermès (stage).



"Dans le cadre de ma 4^e année à l'EIML Paris, je travaille en alternance chez Givenchy Couture. Étant un fan inconditionnel des créations de Matthew Williams, j'effectue les missions qui me sont confiées au sein du Service Client avec beaucoup d'intérêt et de succès. Je suis en relation avec des managers de magasins du monde entier pour assurer la bonne livraison des commandes à nos clients qui représentent des magasins wholesale, multi-marques et bien sûr retail à travers des zones géographiques bien définies. Je traite également les retours SAV de mes clients. Cette alternance au sein d'une maison dont l'univers et l'ADN me correspondent totalement constitue une formidable opportunité et décuple ma motivation."

SAMI B., en Mastère Programme Marketing du Luxe et assistant du service client chez Givenchy (alternance).



"L'alternance est un élément clé de la politique RH de Messika et pour sa mise en œuvre nous avons choisi de conclure un partenariat avec l'EIML Paris. Chaque année, nous accueillons en moyenne 5 alternants, dans des domaines variés : marketing, communication, merchandising et vente. Il est important que les jeunes puissent mettre en application leur connaissance théorique en s'impliquant au cœur de missions pratiques. Ils appréhendent ainsi au mieux le métier qu'ils ont choisi. L'alternance est un formidable levier pour l'emploi des jeunes. Nous sommes très fiers d'avoir conclu 4 contrats à durée indéterminée avec des alternants de la dernière session."

*Sandrine B.,
Responsable Ressources Humaines Messika*

ÉTUDIANTS EN ENTREPRISE

BACHELOR

- ▶ Pauline, assistante chez de produit Hermès,
- ▶ Yasmine, assistante marketing opérationnel, Kaviari
- ▶ Adrien, conseiller de vente, Christian Dior Couture
- ▶ Lisa, assistante commerciale, Vanessa Bruno
- ▶ Amandine, attachée de presse, Max Mara
- ▶ Carla, assistante visual merchandising, Louis Vuitton

MASTÈRES ET MBA

- ▶ Anthéa, assistant marketing, Messika
- ▶ Paul, chef de projet événementiel, Cartier
- ▶ Daphné, assistante attachée de presse internationale, Christian Dior Couture
- ▶ Maria, assistante e-commerce, Christian Dior Couture
- ▶ Alexandra, assistante marketing, Christian Louboutin
- ▶ Marie, assistante développement PAP, Louis Vuitton

FILIÈRE MERCHANDISING

- ▶ Badie, assistant visual merchandising, Chanel
- ▶ Chloé, assistant retail designer, Paco Rabanne
- ▶ Eléonor, assistante project manager retail excellence & digital, L'Oréal
- ▶ Alissa, assistante retail designer, Nina Ricci



CONVENTION DE STAGE LONGUE DURÉE COSTAL

Cette formule prend la forme d'une convention de stage longue durée conclue entre l'EIML Paris, l'étudiant et l'entreprise d'accueil. Elle permet à l'étudiant de financer totalement sa scolarité à partir de la 3^e année.

CONTRAT D'APPRENTISSAGE

L'alternance sous contrat d'apprentissage est accessible aux étudiants de 16 à 29 ans, effectuant un cycle en alternance. D'une durée de 6 à 36 mois, cette formule donne à l'apprenti le statut de jeune salarié. La durée de travail hebdomadaire est définie par la durée applicable dans l'entreprise et inclut le temps passé en formation. Les frais de formation sont pris en charge par l'OpCo (Opérateur de Compétences) auquel est rattachée l'entreprise, sur la base du coût contrat publié par France Compétences. L'entreprise verse à l'étudiant une rémunération comprise entre 29% et 100% du SMIC en fonction de l'âge et du niveau d'étude de ce dernier.

CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION*

L'alternance sous contrat de professionnalisation est accessible aux étudiants de 16 à 25 ans et demandeurs d'emploi de 26 ans et plus, effectuant un cycle en alternance. D'une durée de 6 à 12 mois, le contrat est établi sous forme de CDD ou CDI de type particulier. La durée de travail hebdomadaire est définie par la durée applicable dans l'entreprise et inclut le temps passé en formation. Les frais de formation sont pris en charge par l'OpCo (Opérateur de Compétences) auquel est rattachée l'entreprise. Celle-ci verse à l'étudiant une rémunération comprise entre 55% et 100% du SMIC en fonction de l'âge et du niveau d'étude de ce dernier.

*Le contrat de professionnalisation n'est possible à l'EIML Paris que pour les étudiants de plus de 29 ans.

PRINCIPALES ENTREPRISES PARTENAIRES

BARNES
INTERNATIONAL REALTY

Bonpoint

CARITA
PARIS

LAPERLA

Chloé

Hennessy
COGNAC

ELIE SAAB

PUIG



Galeries Lafayette

BURBERRY

JIMMY CHOO

LADURÉE
Paris

Pernod Ricard

CLARINS



HOTEL
PLAZA ATHÈNEE
PARIS

PRADA

SAINT LAURENT
PARIS

SHANGRI-LA
HOTELS and RESORTS

TIFFANY & CO.

VACHERON CONSTANTIN

MESSIKA
PARIS

PIERRE HERMÉ
PARIS

Vin Cleef & Arpels

VALENTINO

LOUIS ROEDERER
CHAMPAGNE

POLO RALPH LAUREN

LV
LOUIS VUITTON

Salvatore Ferragamo

PAUL & JOE®

MARNI

MOSCHINO

L'ORÉAL
LUXE



MAUBOUSSIN

LANCEL



CELINE

MaxMara

BOSS
HUGO BOSS

GIVENCHY

ChristianDior

Le Meurice
Paris
Boutique d'Orfèvrerie

INTERCONTINENTAL

ERES

St Dupont

DUBAIL
PARIS

FAUCHON
PARIS

SAMARITAINE
PARIS PONT-NEUF

MESSIKA
PARIS

HOTEL de GRILLON
PARIS

VERSACE

DROUOT FORMATION
Le grand goût de formation de C&F

CHAUMET
PARIS

Chantelle

BOUCHERON
PARIS

MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE

Christian
Louboutin

GUCCI

AZZARO

HERMÈS
PARIS

SEPHORA

Baccarat

SUMMER SESSIONS

Paris... In the most visited capital of the world, dive into where everything happens, from art to fashion, luxury and design. For a week or a month, come and see what comes out and learn the insight about the Luxury industry. EIML Paris offers the opportunity to international students and executives to get the fundamentals and advanced matters, realize that Luxury is above all a unique art of know-how and retailing Luxury products and services require a deep knowledge of quality.

Thanks to our high quality training classes, your skills and competencies in the understanding of the specific codes and language of this industry will blossom.

ONE-MONTH SESSION FOR INTERNATIONAL STUDENTS AND EXECUTIVES

Several specializations are offered: fashion and design, jewelry and watch making, cosmetics and fragrances, hospitality management.

Each module is threefold:

- ▶ Teaching hours to get the fundamentals
- ▶ Company visits to meet professionals, thus consolidate theory and practice
- ▶ Cultural visits which put forward aesthetic and perfection to enhance the understanding of the value of details and get skills of patterns and trends

A Certificate of completion is given upon completion of all assignments demanded by professors such as QCM, group work, case studies. Active participation to classes and company visits are mandatory.

These summer sessions provide excellent support for those who plan a career in the Luxury Industry. In addition, students can transfer up to 8 credits to their home institution.

Teaching language: English

The summer session is composed of 5 one-week seminars. Each seminar can be completed independently.



Alain Nemaq, CEO Mauboussin, masterclass to Chinese executives



WEEK 1 : LUXURY CODES AND MARKET

- ▶ Luxury markets and key market players
- ▶ Luxury codes
- ▶ Brand management in luxury industry
- ▶ Distribution in Europe and travel retail

Company visits / conferences and cultural visits
 Visit of Art Deco Museum
 Versailles Castle
 Store Tour Champs Elysées



WEEK 2 : LUXURY, FASHION AND ACCESSORIES INDUSTRY

- ▶ French dress code & French etiquette
- ▶ Fashion mood board creation and collectioning
- ▶ Merchandising strategies
- ▶ Brand management in fashion
- ▶ Fashion marketing in FR and UE
- ▶ Fashion and French Designers

Company visits / conferences and cultural visits
 Faubourg Saint Honoré Store tour



WEEK 3 : LUXURY, FRAGRANCE AND COSMETIC INDUSTRY

- ▶ Perfume STORE TOUR
- ▶ History of Iconic French Perfumes
- ▶ Brand Management in Cosmetics
- ▶ Cosmetics and Perfume market FR / UE
- ▶ French Sales Ceremonial
- ▶ Create your own Eau de Cologne
- ▶ Customer experience / CRM in luxury

Company visits / conferences and cultural visits
 Merchandising tour in different perfume stores



WEEK 4 : LUXURY, WATCHES AND JEWELRY INDUSTRY

- ▶ Jewelry and time pieces market
- ▶ Brand Management in Jewelry and time pieces
- ▶ History of jewelry and timepieces
- ▶ Jewelry and Gemmology

Company visits / conferences and cultural visits
 Jewelry Tour in Place Vendôme



WEEK 5 : LUXURY HOSPITALITY MANAGEMENT AND GASTRONOMY

- ▶ Hospitality Brand Management
- ▶ History of French Haute Gastronomy
- ▶ Wine Tasting
- ▶ Lifestyle and Design

Company visits / conferences and cultural visits
 Visit of 5 stars Hotels and Palaces

Studying and living in France will make the difference to better discover and grasp the distinctive French way of life.

VIE ÉTUDIANTE

LA VIE ASSOCIATIVE

Le Bureau des Élèves (BDE) rythme la vie de l'école à travers des actions fortes permettant à chacun de s'exprimer dans les domaines sportifs, culturels, économiques et humanitaires. Tout au long de l'année, les activités associatives donnent aux étudiants de l'EIML Paris l'occasion de se rencontrer, d'exprimer leur créativité, de réaliser des projets ambitieux et de développer leur relationnel : esprit d'équipe, expérimentation, épanouissement, cet engagement accompagne le projet pédagogique de l'école, qui met à la disposition des élèves une infrastructure propice au développement des activités associatives.



FOCUS SUR LE PROGRAMME PÉDAGOGIQUE OPEN EIML PARIS

Ce programme vise à multiplier les contacts entre l'Ecole, ses étudiants et le monde extérieur. Il suscite des initiatives, sérieuses ou ludiques, permettant aux étudiants de s'investir dans le cadre d'activités culturelles, humanitaires ou sociales, et de développer des contacts avec des professionnels et des étudiants de SKOLAE ou d'autres écoles et universités françaises.

Ce programme s'articule autour de 4 axes aux objectifs complémentaires :

- ▶ Esprit d'entreprise
- ▶ Esprit d'équipe
- ▶ Développement personnel et leadership
- ▶ Capacités de communication
- ▶ Ouverture d'esprit culturel



MODALITÉS D'ÉVALUATION ET AIDES AU LOGEMENT

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Les compétences et connaissances sont appréciées, à parité, selon deux modalités distinctes : contrôle continu et évaluation finale.

Le contrôle continu est organisé sur la période d'enseignement. Il peut être constitué de contrôles de connaissances, de cas pratiques, de travaux de recherche et/ou de présentations orales à réaliser individuellement ou en groupe.

Les épreuves d'évaluation finale sont organisées en dehors des séances de cours. Le cas échéant, elles peuvent concerner une étude de cas, la réalisation d'un projet, la rédaction d'un rapport d'activités et/ou d'un mémoire, une mise en situation professionnelle.

AIDES AU LOGEMENT



L'EIML Paris est une école de SKOLAE qui place la question du logement et des conditions de vie étudiante au centre de ses préoccupations. C'est pourquoi le groupe a noué un partenariat avec STUDAPART et EXECUTIVE RELOCATIONS afin de simplifier l'accès au logement pour tous les étudiants du groupe en France.

Zoom sur STUDAPART

- 366 étudiants de SKOLAE ont été accompagnés pour trouver un logement dont 173 étudiants internationaux.
- Loyer mensuel moyen : 680€ / mois
- Durée moyenne de location : 14 mois
- Nombre de jours pour trouver un logement : 10 jours en moyenne à partir de la première demande envoyée à un loueur
- Frais de réservation : en moyenne 3% des frais engagés sur la période de location

Chiffres du 1er avril au 30 septembre 2021

LES ANCIENS

À l'issue de votre cursus, le service anciens de SKOLAE est à vos côtés pour accompagner votre évolution en entreprise dans les meilleures conditions pendant les premières années de votre vie professionnelle.

L'EIML Paris met à votre disposition un dispositif pluriel de formations qui accompagnera ceux qui le souhaitent dans leur développement professionnel : formation à distance en E-learning, formation du soir ou du week-end, passage de certifications et de compétences professionnelles, élaboration et maintenance d'un carnet de compétences qui permet de gérer au mieux sa carrière.

L'ASSOCIATION SKOLAE ALUMNI



L'association SKOLAE Alumni assure le lien avec vos anciens camarades ou autres membres du réseau des anciens et étudiants de SKOLAE. Intervenir lors de conférence, faire partie du jury pour les soutenances de mémoires, participer à des tables rondes des métiers, recruter lors de sessions de recrutements dédiés à l'EIML Paris, telles sont les opportunités qui vous seront données en faisant partie du réseau des anciens de SKOLAE.

LE DÉPARTEMENT CARRIÈRES ET PROSPECTIVES

Les débouchés pour les diplômés de l'EIML Paris sont nombreux dans des entreprises du secteur du luxe et de différentes tailles, en France comme à l'étranger. C'est pourquoi le département Carrières et Prospectives, plateforme entre le monde étudiant et le monde de l'entreprise, joue un rôle important dans leur carrière.

- ▶ Accroître la notoriété de l'EIML Paris auprès des entreprises tant en France qu'à l'étranger.
- ▶ Développer les relations et les échanges entre les anciens élèves afin de leur faire bénéficier d'un réseau professionnel efficace.
- ▶ Offrir un grand nombre de services : accompagnement dans la recherche d'emploi, aide à l'insertion professionnelle, conseils en gestion de carrière etc.

TÉMOIGNAGES DE NOS ALUMNI



"Pour moi, la qualité des intervenants est le vrai plus de l'EIML Paris. Ils proviennent pour la plupart de très belles maisons et nous confrontent aux réalités du marché avec des conseils et des bonnes pratiques."

Emmanuelle, alumni EIML Paris promotion 2017-2018 et Directrice des opérations des ventes chez Chanel



"Il faut persévérer ; avec du sérieux, du travail mais aussi avec beaucoup de passion, on y arrive ! Il faut aussi savoir se démarquer car le marché du travail est très compétitif."

Sophie, alumni EIML Paris promotion 2013-2014 et Responsable de filière US chez Kenzo



"Plusieurs projets pédagogiques m'ont marqué au cours de ma scolarité et m'ont permis de développer de nombreuses compétences qui me sont utiles aujourd'hui dans mon activité. Le programme d'entrepreneuriat EngrainaGES est également très intéressant et permet de gagner en maturité et agilité."

Dimitri, Alumni Eiml Paris Promotion 2017-2018 et Supervisor Univers Femme chez Loewe



"C'est grâce au mix des cours de l'EIML Paris, aux intervenants et à mes différents stages que j'ai su ce que je voulais faire : 1) travailler dans le secteur de la joaillerie / horlogerie ; 2) travailler dans un service marketing ; 3) être Chef de projet Marketing. Mon expérience chez Messika a permis de préciser mon souhait, mon envie de travailler sur un pôle Trade Marketing."

Chloé, alumni EIML Paris promotion 2018-2019 et Trade Marketing Project Manager chez Messika

LES ADMISSIONS

PROCÉDURE D'ADMISSION EN 3 ÉTAPES

Candidatez
en ligne :



1 CANDIDATURE ET INSCRIPTION POUR LE CONCOURS D'ADMISSION

Candidatez en ligne sur le site de l'EIML Paris www.eiml-paris.fr et sélectionnez une date de concours.

Seule la 1^{re} année du Bachelor Retail dans le Luxe est accessible via Parcoursup (cf. encadré ci-dessous).

2 ADMISSIBILITÉ SUR ÉTUDE DE VOTRE DOSSIER SCOLAIRE

Dès réception de vos identifiants par mail, connectez-vous sur votre espace personnel MyGES et téléchargez les pièces justificatives suivantes nécessaire à l'étude de votre candidature.

- ▶ CV
- ▶ Lettre de motivation (en anglais pour le programme international)
- ▶ Photocopie de votre pièce d'identité
- ▶ Photo d'identité
- ▶ Photocopie des bulletins de notes de vos 3 dernières années
- ▶ Photocopie de vos diplômes obtenus
- ▶ Lettres de recommandation (facultatif)
- ▶ Portofolio (facultatif)

3 ADMISSION

Les tests d'admission sont composés de 2 épreuves (tenue professionnelle exigée) :

- ▶ QCM : anglais, français, culture générale, logique et connaissances sur le luxe, la mode et l'art : 1h30min)
- ▶ Entretien individuel avec un membre du jury (coef.2 - durée : 30min)

N.B :

L'entretien individuel se déroule une fois les tests effectués.

Les entretiens seront en anglais pour le programme « *International program* », les admissions en 3^e année de Bachelor, en 1^{re} année de Mastère et de MBA.

Le résultat définitif est communiqué aux candidats sous quelques semaines par e-mail et sms.

À L'EIML PARIS, 5 NIVEAUX D'ADMISSION SONT POSSIBLES :

- ▶ en 1^{re} année : être titulaire du baccalauréat
- ▶ en 2^e année : être titulaire d'un Bac+1 (1 an en Fac ou en classe préparatoire ou dans une école de commerce).
- ▶ en 3^e année : être titulaire d'un Bac+2 (BTS, DUT ou équivalent en sciences humaines, communication, marketing, LEA, littéraires, gestion ou commerce)
- ▶ en 4^e année : être titulaire d'un Bac+3 (Licence, école de commerce ou équivalent en sciences humaines, communication, marketing, LEA, littéraires, gestion ou commerce)
- ▶ en MBA : être titulaire d'un bac +4/5 avec un niveau d'anglais courant.

NB : pour accéder en 2^e, 3^e ou 4^e année ou MBA spécialisé le jury pourra exiger une mise à niveau ou un semestre de validation en fonction des études antérieures du candidat.



parcoursup
Entrez dans l'enseignement supérieur

Seule la 1^{re} année du Bachelor Retail dans le Luxe est accessible via Parcoursup.

Toutes les autres formations sont accessibles directement via notre candidature en ligne.

Pour plus d'informations, merci de contacter le Service Admissions à l'adresse suivante : admissions@eimlp.fr.

LE FINANCEMENT DES ÉTUDES

L'ALTERNANCE

Pour les étudiants en alternance en contrat de professionnalisation ou d'apprentissage, les frais de formation sont pris en charge par l'OpCo auquel est rattachée l'entreprise.

La convention de stage longue durée permet à l'étudiant de se voir financer totalement ou partiellement, à partir de la 1^{re} année, sa scolarité en suivant la formation sur le rythme continu.

EMPRUNTS BANCAIRES À TAUX PRÉFÉRENTIELS

Négociés avec les partenaires bancaires de l'EIML Paris (BNP, Crédit Lyonnais, Société Générale), ces prêts sont remboursables durant les 3 ou 4 années qui suivent la fin des études.

PRÊTS SANS CAUTION

Tous les étudiants de moins de 28 ans de nationalité française ou possédant la nationalité d'un pays membre de l'Union Européenne peuvent bénéficier d'un système de prêts bancaires garantis par l'État, sans condition de ressources ni caution, pour un montant maximum de 20 000 € avec la possibilité d'un remboursement différé. L'Etat apporte sa garantie aux banques partenaires (Banque Postale, Banque Populaire, BFCOI, Caisses d'Épargne, CIC, Crédit Agricole, Crédit Mutuel et Société Générale) via Bpifrance.



HANDICAP ET ACCESSIBILITÉ

L'EIML Paris mène une politique d'égalité des chances afin de permettre à tous les élèves d'accéder à ses formations et de développer leur potentiel.

Toutes les formations de l'EIML Paris sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Si vous êtes en situation de handicap temporaire ou permanent, ou si vous souffrez d'un trouble de santé invalidant, le Pôle handicap est à votre disposition pour :

- ▶ prendre en compte vos besoins,
- ▶ vous proposer des aménagements spécifiques et résoudre vos problèmes d'accessibilité,
- ▶ servir d'interface avec les différents services de l'école,
- ▶ vous accompagner dans vos démarches.

Vous êtes candidat ?

Vous pouvez avoir besoin d'aménagements techniques ou humains pour pouvoir composer aux épreuves écrites ou vous présenter aux entretiens oraux.

N'hésitez pas à prendre contact avec notre Pôle handicap et accessibilité pour que nous puissions organiser le déroulement des épreuves dans les meilleures conditions. Vous devrez alors l'indiquer dans votre dossier de candidature et joindre l'un des justificatifs suivants en cours de validité :

- ▶ une attestation du Rectorat concernant l'aménagement des conditions de passage du Baccalauréat,
- ▶ une attestation d'aménagement des conditions de passage des examens dans l'enseignement supérieur,
- ▶ un certificat signé par un médecin scolaire ou universitaire pourra vous être demandé si vous êtes dans l'impossibilité de fournir l'un des documents listés plus haut.

Contact : Pôle handicap, polehandicap@reseau-ges.fr, sur rendez-vous, du lundi au vendredi de 9h30 à 17h00



Avec ses 23 écoles accessibles en alternance et plus de 50 ans d'expertise pédagogique, SKOLAE, qui est constitué des **Réseaux GES & EDUCATIVE**, se positionne comme l'un des plus importants réseaux d'enseignement supérieur privé. Les établissements de Bac à Bac+5 délivrent des titres reconnus par l'État niveaux 5, 6 et 7 ainsi que des diplômes visés et préparent à certains diplômes d'État.

SKOLAE EN QUELQUES CHIFFRES

+20 000

ÉTUDIANTS

10 000

ENTREPRISES
PARTENAIRES

23

ÉCOLES

+300

ENSEIGNANTS
ISSUS DU MONDE
DU TRAVAIL

24

CAMPUS EN FRANCE
GES / EDUCATIVE

+40 000

ALUMNI



Avec 15 écoles et plus de 10 500 étudiants, le Réseau des Grandes Écoles Spécialisées (Réseau GES) propose des cursus spécialisés sur des métiers ou des secteurs. Alternance, spécialisation et hybridation des parcours de formation sont au cœur de la vision pédagogique du Réseau GES, avec comme objectif principal d'accompagner les étudiants dans leur apprentissage afin de favoriser leur employabilité.

Ce réseau d'écoles permet également des synergies entre cursus, matérielles (locaux, outils pédagogiques), humaines, dans les relations internationales, les relations entreprises et la vie associative.

23 ÉCOLES ORGANISÉES AUTOUR DE 4 PÔLES

MANAGEMENT, NUMÉRIQUE, ART & DESIGN ET MÉDIAS



CAMPUS LILLE

Service Admissions • Campus Science-U Lille
159 Boulevard de la Liberté • 59000 Lille

CAMPUS PARIS

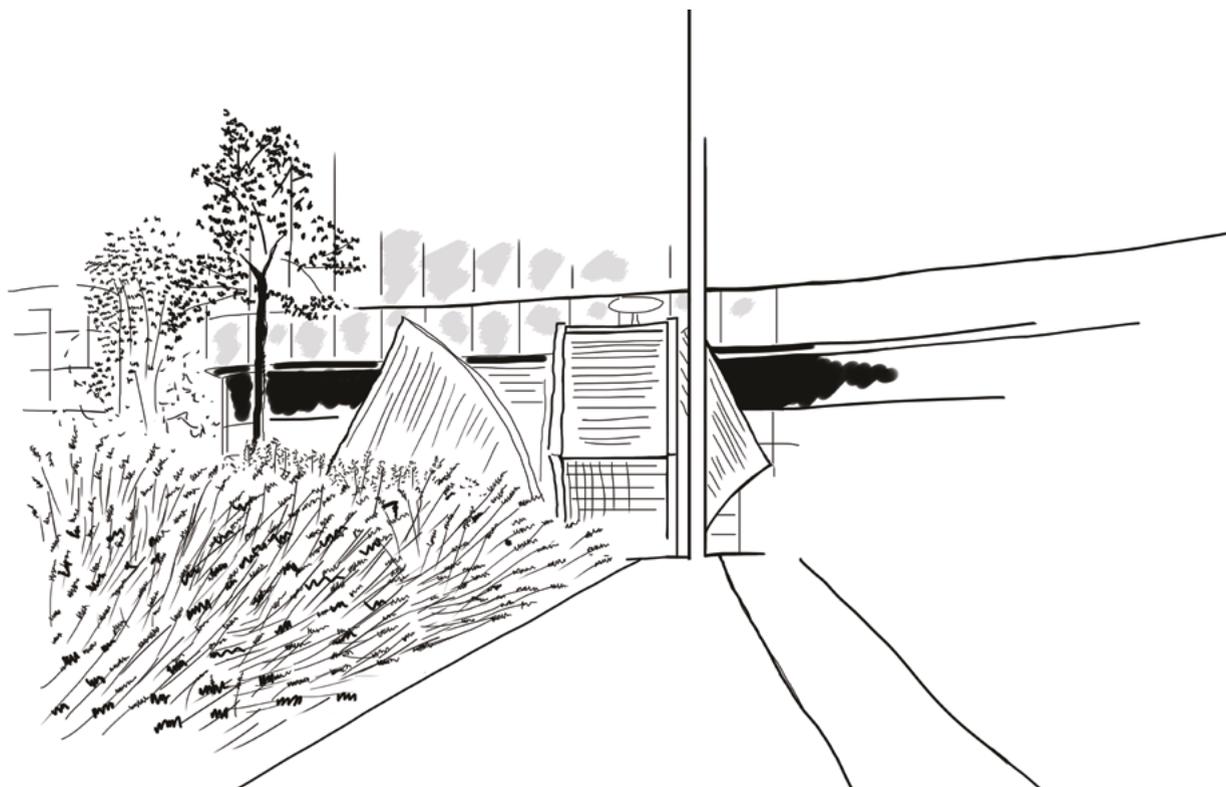
Service Admissions • Campus Beaugrenelle
35 quai André Citroën • 75015 Paris

CAMPUS LYON

Service Admissions • Campus Sciences U
53 cours Albert Thomas • 69003 Lyon

CAMPUS AIX-EN-PROVENCE

Service Admissions • Campus Eductive
684 Avenue du Club Hippique • 13090 Aix-en-Provence



Édité par SAS VIDENUM - 85 avenue Pierre Grenier - 92100 Boulogne-Billancourt
SIRET : 531 598 258 000 30 - Capital social : 50000 € - 519 533 293 RCS PARIS

Imprimé par Imprigraphic - 9 rue de la Folie Régnault - 75011 Paris
Photographies et visuels : Tous droits réservés. Toute reproduction interdite.

Ce document est non contractuel.

07/2023



www.eiml-paris.fr

Suivez-nous sur les réseaux sociaux

