

Baccalauréat en gestion et design de la mode

Téléphone : 514 987-4120
Courriel : mode@uqam.ca
Site Web : mode.esg.uqam.ca

Code	Titre	Grade	Crédits
7581	Concentration design et stylisme de mode *	Bachelier ès arts, B.A.	90
7582	Concentration commercialisation de la mode *	Bachelier ès arts, B.A.	90
7583	Concentration gestion industrielle de la mode *	Bachelier ès arts, B.A.	90

* Le nom de la concentration sera mentionné sur le diplôme.

Trimestre(s) d'admission	Automne Hiver
Contingent	Programme contingenté
Régime et durée des études	Offert à temps complet et à temps partiel
Campus	Campus de Montréal

OBJECTIFS

Le programme de baccalauréat en gestion et design de la mode vise essentiellement à former des professionnels aptes à contribuer à la croissance économique et au développement international de l'industrie québécoise de la mode et du vêtement et à leur fournir une double compétence: une formation fondamentale et générale qui leur donnera les bases d'une carrière évolutive et polyvalente dans le domaine; une formation spécialisée et pratique dans l'un des trois secteurs majeurs de l'industrie de la mode: le design/stylisme, la gestion industrielle, la commercialisation.

Les objectifs correspondant à la formation de professionnels généralistes et polyvalents dans le domaine de la mode sont d'acquérir:

- une vision globale du phénomène de la mode, dans ses dimensions historiques, culturelles, économiques, sociales et artistiques;
- une perspective d'ensemble du processus de conception, de production et de commercialisation de la mode, pour pouvoir y agir efficacement et en complémentarité avec d'autres intervenants;
- une compréhension et une capacité d'analyse des modes de communication caractéristique du domaine, de même que des habiletés permettant de communiquer de manière créatrice;
- le sens esthétique et le souci de la qualité et de l'originalité, ainsi que l'aptitude à promouvoir ces valeurs inhérentes au domaine;
- une perception fine et empirique de l'industrie et des entreprises de la mode et du vêtement, de manière à pouvoir en dégager les problématiques et les possibilités de solutions, et pour pouvoir également participer activement aux plans de redressement et de développement du secteur, tout particulièrement en ce qui touche à l'organisation du travail et aux transferts technologiques;
- une rigueur professionnelle pour contribuer à la normalisation

des conditions d'exercice de la profession et à l'amélioration de la qualité de son environnement, de ses produits et de ses services.

L'objectif correspondant à la formation de professionnels spécialisés et fonctionnels dans les secteurs-clés de l'industrie de la mode et du vêtement est lié à la concentration choisie:

- Design et stylisme de mode: préparer l'esquisse et gérer le design intégral d'une collection complète de vêtements pour une clientèle choisie en intégrant les valeurs propres à l'esthétique industrielle.
- Gestion industrielle de la mode: diriger l'ensemble de la production d'une collection complète de vêtements selon les normes les plus évoluées de qualité et de productivité.
- Commercialisation de la mode: coordonner un programme de commercialisation d'une collection complète de vêtements en fonction des données concurrentielles des marchés domestiques et étrangers.

Bien que ce programme vise des plans de carrière et des débouchés professionnels immédiats, le bachelier en mode pourra poursuivre des études de deuxième cycle tant générales que spécialisées, au Québec et à l'étranger.

CONDITIONS D'ADMISSION

Capacité d'accueil

CONCENTRATION DESIGN ET STYLISME DE MODE (7581)
La concentration design et stylisme de mode n'est pas contingentée.

CONCENTRATION COMMERCIALISATION DE LA MODE (7582)
La concentration commercialisation de la mode est contingentée.
Automne : 125; Hiver : 30

CONCENTRATION GESTION INDUSTRIELLE DE LA MODE (7583)

La concentration gestion industrielle de la mode est contingentée.
Automne : 40; Hiver : 20

Trimestre d'admission (information complémentaire)

La concentration Design et stylisme de mode (7581) n'admet de nouveaux étudiants qu'au trimestre d'automne.

Les concentrations Commercialisation de la mode (7582) et Gestion industrielle de la mode (7583) admettent de nouveaux étudiants aux trimestres d'automne et d'hiver.

Connaissance du français

Tous les candidats doivent posséder une maîtrise du français attestée par l'une ou l'autre des épreuves suivantes: l'épreuve uniforme de français exigée pour l'obtention du DEC, le test de français écrit du ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport ou le test de français écrit de l'UQAM. Sont exemptées de ce test les personnes détenant un grade d'une université francophone et celles ayant réussi le test de français d'une autre université québécoise.

Connaissance de l'anglais

Plusieurs cours nécessitent l'utilisation de manuels et de documents en langue anglaise pour laquelle les étudiants doivent avoir une connaissance de base.

Base DEC

CONCENTRATION DESIGN ET STYLISME DE MODE (7581)
Être titulaire d'un diplôme d'études collégiales (DEC) de préférence en design de mode, en art, sinon dans toute autre discipline ET avoir les connaissances requises en confection, patron et moulage. (Voir remarque ci-après).

Les étudiants provenant d'un DEC professionnel dans l'un des programmes suivants : Dessin de mode (571.02), Mode masculine (571.05), Mode féminine (571.06), Design de mode (571.07) se verront reconnaître en équivalence les cours MOD1430 Introduction au design de mode et MOD2400 Fibres et textiles.

CONCENTRATION COMMERCIALISATION DE LA MODE (7582)

Être titulaire d'un diplôme d'études collégiales (DEC) ou l'équivalent ET avoir réussi un cours de mathématiques de niveau collégial. (Voir remarque ci-après). Une cote de rendement (Cote R) minimale de 22 est exigée.

Possibilité de reconnaissance d'acquis par exemption de cours, jusqu'à concurrence de quinze crédits pour les détenteurs d'un DEC professionnel pertinent.

CONCENTRATION GESTION INDUSTRIELLE DE LA MODE (7583)

Être titulaire d'un diplôme d'études collégiales (DEC) ou l'équivalent, avoir réussi un cours de mathématiques de niveau collégial ET avoir les connaissances requises en confection, patron et moulage. (Voir remarque ci-après). Une cote de rendement (Cote R) minimale de 22 est exigée.

Possibilité de reconnaissance d'acquis par exemption de cours, jusqu'à concurrence de quinze crédits pour les détenteurs d'un DEC professionnel pertinent.

Méthode et critères de sélection - Base DEC

CONCENTRATION DESIGN ET STYLISME DE MODE (7581)

Cote de rendement : 50%

Évaluation du portefeuille : 50%

CONCENTRATION COMMERCIALISATION DE LA MODE (7582)

Cote de rendement : 100 %

Seuil minimal de la cote de rendement : 22.00

CONCENTRATION GESTION INDUSTRIELLE DE LA MODE (7583)

Cote de rendement : 100 %

Seuil minimal de la cote de rendement : 22.00

Base expérience

CONCENTRATION DESIGN ET STYLISME DE MODE (7581)

Posséder des connaissances appropriées, être âgé d'au moins 21 ans, avoir une expérience de travail d'un an attestée dans le domaine du design de mode ou dans un domaine connexe ET avoir les connaissances requises en confection, patron et moulage. (Voir remarque ci-après). Les travailleurs autonomes devront fournir les documents démontrant leurs activités professionnelles et leur implication en design de mode ou dans un domaine connexe (exemples : formulaire de déclaration de statut de travailleur autonome, relevés de revenus gagnés, avis fédéral de cotisation).

CONCENTRATION COMMERCIALISATION DE LA MODE (7582)

Posséder des connaissances appropriées, une expérience pertinente attestée, être âgé d'au moins 21 ans, et avoir occupé un poste administratif ou de direction pendant au moins 2 années dans le domaine de l'industrie du vêtement ou tout autre domaine connexe. (Voir remarque ci-après).

CONCENTRATION GESTION INDUSTRIELLE DE LA MODE (7583)

Posséder des connaissances appropriées, une expérience pertinente attestée, être âgé d'au moins 21 ans, avoir occupé pendant au moins 2 années un poste administratif ou de direction dans le domaine de l'industrie du vêtement ou tout autre domaine connexe ET avoir les connaissances requises en confection, patron et moulage. (Voir remarque ci-après).

Méthode et critères de sélection - Base expérience

CONCENTRATION DESIGN ET STYLISME DE MODE (7581)

Expérience pertinente attestée :

Pertinence de l'expérience de travail : 50%

Évaluation du portefeuille : 50 %

CONCENTRATION COMMERCIALISATION DE LA MODE (7582)

Pertinence de l'expérience de travail : 75 %

Durée de l'expérience de travail : 25 %

L'expérience pertinente doit être attestée.

CONCENTRATION GESTION INDUSTRIELLE DE LA MODE (7583)

Pertinence de l'expérience de travail : 75 %

Durée de l'expérience de travail : 25 %

L'expérience pertinente doit être attestée.

Base études universitaires

CONCENTRATION DESIGN ET STYLISME DE MODE (7581)

Avoir réussi cinq cours (quinze crédits) de niveau universitaire de préférence en design de mode, en art, sinon dans toute autre discipline au moment du dépôt de la demande d'admission ET avoir les connaissances requises en confection, patron et moulage. (Voir remarque ci-après).

CONCENTRATION COMMERCIALISATION DE LA MODE (7582)

Avoir réussi un minimum de 15 crédits de niveau universitaire avec une

moyenne d'au moins 2,5 sur 4,3 (ou l'équivalent) (Voir remarque ci-après).

CONCENTRATION GESTION INDUSTRIELLE DE LA MODE (7583)
Avoir réussi un minimum de 15 crédits de niveau universitaire avec une moyenne académique d'au moins 2,5 sur 4,3 (ou l'équivalent) ET avoir les connaissances requises en confection, patron et moulage. (Voir remarque ci-après).

Méthode et critères de sélection - Base universitaire

CONCENTRATION DESIGN ET STYLISME DE MODE (7581)

Dossier académique universitaire : 50%

Évaluation du portfolio : 50 %

CONCENTRATION COMMERCIALISATION DE LA MODE (7582)

Dossier académique : 100 %

CONCENTRATION GESTION INDUSTRIELLE DE LA MODE (7583)

Dossier académique : 100 %

Base études hors Québec

CONCENTRATION DESIGN ET STYLISME DE MODE (7581)

Être titulaire d'un diplôme approprié obtenu à l'extérieur du Québec après au moins treize années de scolarité ou l'équivalent (1) de préférence en design de mode, en art, sinon dans toute autre discipline ET avoir les connaissances requises en confection, patron et moulage. (Voir remarque ci-après).

(1) À moins d'ententes conclues avec le Gouvernement du Québec.

CONCENTRATION COMMERCIALISATION DE LA MODE (7582)

Être titulaire d'un diplôme approprié obtenu à l'extérieur du Québec après au moins treize années (1) de scolarité ou l'équivalent. (Voir remarque ci-après.)

(1) À moins d'ententes conclues avec le Gouvernement du Québec.

CONCENTRATION GESTION INDUSTRIELLE DE LA MODE (7583)

Être titulaire d'un diplôme approprié obtenu à l'extérieur du Québec après au moins treize années (1) de scolarité ou l'équivalent ET avoir les connaissances requises en confection, patron et moulage. (Voir remarque ci-après).

(1) À moins d'ententes conclues avec le Gouvernement du Québec.

Méthode et critères de sélection - Base études hors Québec

CONCENTRATION DESIGN ET STYLISME DE MODE (7581)

Dossier académique universitaire : 50%

Évaluation du portfolio : 50 %

CONCENTRATION COMMERCIALISATION DE LA MODE (7582)

Dossier académique : 100 %

CONCENTRATION GESTION INDUSTRIELLE DE LA MODE (7583)

Dossier académique : 100 %

Remarque pour toutes les bases d'admission

CONCENTRATION DESIGN ET STYLISME DE MODE (7581)

Remarque pour toutes les bases d'admission

Le candidat admissible dont on aura établi à l'aide de l'évaluation du dossier de candidature qu'il n'a pas les connaissances requises en confection, patron et moulage, sera admis conditionnellement à la réussite du cours d'appoint MOD1002 Habilités techniques en design

de mode (hors programme). Ce cours devra être réussi lors du premier trimestre d'études dans le programme ou au trimestre d'automne suivant l'admission pour les candidats admis au trimestre d'hiver.

Sélection pour toutes les bases d'admission

Portfolio : À la suite de sa demande d'admission, le candidat doit soumettre un cartable (ne dépassant pas 33 cm x 27 cm) de ses réalisations qui comprend :

1) quinze éléments provenant des recherches ou des réalisations personnelles ou scolaires (photos, croquis, dessins et esquisses). Parmi ces éléments, un projet en mode qui démontrera la créativité du candidat et sa compréhension en lien avec la structure du vêtement. Les nom, prénom et date de naissance doivent être inscrits en lettres majuscules, au coin supérieur droit du cartable.

2) Une lettre de motivation expliquant l'intérêt pour la mode et ses réalisations effectuées à ce jour (350 mots au maximum).

3) Un curriculum vitae.

Les critères d'évaluation du portfolio sont les suivants : créativité, capacité d'expression visuelle, compréhension de la structure du vêtement, composition et mise en forme de l'ensemble du portfolio.

Le portfolio doit être reçu avant le 1er avril, à l'adresse suivante (veuillez prévoir le délai de la poste) :

Université du Québec à Montréal
École supérieure de mode de Montréal
Case postale 8888, succursale Centre-ville
Montréal (Québec) H3C 3P8

CONCENTRATION COMMERCIALISATION DE LA MODE (7582)

Remarque pour toutes les bases d'admission

Le candidat admissible dont on aura établi à l'aide du dossier qu'il n'a pas les connaissances requises en mathématiques sera admis conditionnellement à la réussite du cours d'appoint MAT1002 Introduction aux méthodes quantitatives appliquées à la gestion (hors programme) dont il pourra être dispensé s'il réussit un [test de mathématiques](#) .

CONCENTRATION GESTION INDUSTRIELLE DE LA MODE (7583)

Remarque pour toutes les bases d'admission

Le candidat admissible dont on aura établi à l'aide du dossier qu'il n'a pas les connaissances requises en mathématiques sera admis conditionnellement à la réussite du cours d'appoint MAT1002 Introduction aux méthodes quantitatives appliquées à la gestion (hors programme) dont il pourra être dispensé s'il réussit un test de mathématiques.

De plus, le candidat qui ne possède pas les connaissances requises en confection, patron et moulage, sera admis conditionnellement à la réussite du cours d'appoint MOD1002 Habilités techniques en design de mode (hors programme). Ce cours devra être réussi lors du premier trimestre d'études dans le programme ou au trimestre d'automne suivant l'admission pour les candidats admis au trimestre d'hiver.

Régime et durée des études

Le programme est normalement offert selon un régime à temps complet ou à temps partiel.

COURS À SUIVRE

(Sauf indication contraire, les cours comportent 3 crédits. Certains

cours ont des préalables. Consultez la description des cours pour les connaître.)

Concentration design et stylisme de mode (7581)

90 crédits répartis comme suit :

Cours d'introduction (9 crédits) :

MOD1430 Introduction au design de mode
MOD1850 Développement de produits et accessoires mode
MOD2400 Fibres et textiles

Intégration académique et professionnelle (3 crédits) :

MOD1101 En mode affaires

Management (9 crédits) :

MOD1620 Introduction au marketing et au commerce de la mode
MOD2200 Relations humaines et communications au travail
SCO1002 Comptabilité et financement de la PME

Culture et communication (6 crédits) :

HAR3680 Courants artistiques, mode et vêtements
MOD3300 Mode, communication et environnement

Cours de concentration (51 crédits) :

DGR2212 Design et représentation humaine
DES6440 Développement et exploitation du portfolio
HAR3705 Image de mode et photographie
MOD1460 Tendances, styles, matières et présentation des créations en mode (6 cr.)
MOD2450 Analyse et application d'un modèle théorique en design de mode
MOD2460 Approche créative du textile
MOD2555 Création d'imprimés textile et élaboration de collection
MOD3450 Définition et analyse des prototypes, et présentation des prototypes réalisés
MOD4420 Stage en design et stylisme de mode (9 cr.)
MOD4460 Création de mode, illustration et image numérique
MOD5445 Prospective, recherche-crédation et informatisation de la collection complète de vêtements (6 cr.)
MOD6470 Projet de fin d'études en design (6 cr.)

Note : Les cours MOD5445 et MOD6470 doivent être suivis au cours de la même année.

Les trois cours complémentaires suivants (9 crédits) :

Gestion industrielle

MOD2550 Gestion de la production et des opérations dans l'entreprise de mode
MOD3560 Technologie et équipement dans l'industrie manufacturière de mode
ou
MOD5535 Gestion intégrale de la qualité dans l'industrie manufacturière de mode

Commercialisation

MOD6630 Commerce international de la mode

Un cours optionnel non siglé MOD (3 crédits).

Concentration commercialisation de la mode (7582)

90 crédits répartis comme suit :

Intégration académique et professionnelle (6 crédits) :

MOD1101 En mode affaires

MOD3000 Recherche de matières, de thématiques et de tendances

Management (9 crédits) :

MOD1620 Introduction au marketing et au commerce de la mode
MOD2200 Relations humaines et communications au travail
SCO1002 Comptabilité et financement de la PME

Culture et communication (12 crédits) :

HAR3680 Courants artistiques, mode et vêtements
ou
HAR3705 Image de mode et photographie
MOD1300 Psychosociologie de la mode et du vêtement
MOD2301 Mode, patrimoine et société
MOD3300 Mode, communication et environnement

Cours de concentration (48 crédits) :

MAT2080 Méthodes statistiques
MET1301 Fondements technologiques des systèmes d'information en mode
MOD1850 Développement de produits et accessoires mode
MOD2630 Approvisionnements
MOD3640 Recherches en marketing de mode
MOD3660 Éthique commerciale et consommateurs
MOD4620 Stage en commercialisation de la mode (9 cr.)
MOD5640 Méthodes et processus de distribution
MOD5650 Publicité et relations publiques
MOD5660 Stratégies de marketing de la mode
MOD6630 Commerce international de la mode
MOD667X Projet de fin d'études en commercialisation de la mode (6 cr.)
SCO2002 Comptabilité de management (industrie et commerce de la mode)

Les quatre cours complémentaires suivants (12 crédits) :

Design

MOD1430 Introduction au design de mode
MOD2400 Fibres et textiles

Gestion industrielle

MOD2550 Gestion de la production et des opérations dans l'entreprise de mode
MOD3560 Technologie et équipement dans l'industrie manufacturière de mode
ou
MOD5535 Gestion intégrale de la qualité dans l'industrie manufacturière de mode

Un cours optionnel non siglé MOD (3 crédits).

Concentration gestion industrielle de la mode (7583)

90 crédits répartis comme suit :

Intégration académique et professionnelle (3 crédits) :

MOD1101 En mode affaires

Management (6 crédits) :

MOD1620 Introduction au marketing et au commerce de la mode
MOD2200 Relations humaines et communications au travail

Culture et communication (3 crédits) :

MOD1300 Psychosociologie de la mode et du vêtement

Cours de concentration (63 crédits) :

FIN3500 Gestion financière
MET1301 Fondements technologiques des systèmes d'information en mode

MET3220	Recherche opérationnelle
MOD1850	Développement de produits et accessoires mode
MOD2550	Gestion de la production et des opérations dans l'entreprise de mode
MOD3560	Technologie et équipement dans l'industrie manufacturière de mode
MOD3565	Planification et contrôle de la production et des stocks dans l'industrie manufacturière de mode
MOD3570	Étude du travail et aménagement dans l'industrie manufacturière de mode
MOD4520	Gestion des approvisionnements dans l'industrie manufacturière de mode
MOD4530	Logiciels et progiciels propres à l'industrie manufacturière de mode
MOD5511	Stage en gestion industrielle dans l'industrie manufacturière de mode (9 cr.)
MOD5535	Gestion intégrale de la qualité dans l'industrie manufacturière de mode
MOD6500	Stratégie manufacturière en mode
MOD657X	Projet de fin d'études en gestion industrielle de la mode (6 cr.)
ORH1600	Introduction à la gestion des ressources humaines
ORH1620	Administration des lois du travail
SCO1002	Comptabilité et financement de la PME
SCO2002	Comptabilité de management (industrie et commerce de la mode)

Les cinq cours complémentaires suivants (15 crédits) :

MAT2080	Méthodes statistiques
MOD1430	Introduction au design de mode
MOD2400	Fibres et textiles
MOD5640	Méthodes et processus de distribution
MOD6630	Commerce international de la mode

Pour tous les étudiants, avec l'autorisation de la direction du programme, les cours suivants peuvent se substituer à d'autres cours du programme :

Projet d'études internationales et cours facultatifs

MOD380X	Problématique théorique, pratique, technique ou historique en mode
MOD501X	Projet d'études internationales I
MOD502X	Projet d'études internationales II

Un second stage, facultatif, peut être effectué :

MOD4180	Stage II (non crédité) (0 cr.)
---------	--------------------------------

RÈGLEMENTS PÉDAGOGIQUES PARTICULIERS

a) Le programme est normalement offert selon un régime à temps complet ou à temps partiel.

b) Avant de s'inscrire au cours MAT2080 Méthodes statistiques, les étudiants devront avoir satisfait à l'exigence d'admission en mathématiques (MAT1002 Introduction aux méthodes quantitatives appliquées à la gestion (hors programme) ou l'équivalent).

c) L'inscription au stage en design et stylisme de mode, MOD4420 Stage en design et stylisme de mode, est autorisée moyennant la réussite des cours MOD1101 En mode affaires, MOD3450 Définition et analyse des prototypes, et présentation des prototypes réalisés et d'avoir complété 36 crédits. De plus, l'étudiant doit avoir une moyenne cumulative de 2,5 sur 4,3 pour les stages nationaux et de 2,7 sur 4,3 pour les stages internationaux. Au terme de 36 crédits, l'étudiant qui obtiendra une moyenne cumulative inférieure à 2,5 sur 4,3 devra à la place du stage, suivre et réussir trois cours (9 crédits) parmi les suivants : MET1301 Fondements technologiques des systèmes

d'information en mode, MET5650, MOD3565 Planification et contrôle de la production et des stocks dans l'industrie manufacturière de mode, MOD3570 Étude du travail et aménagement dans l'industrie manufacturière de mode, MOD3630 Développement des produits de mode et gestion des ventes, MOD3660 Éthique commerciale et consommateurs, MOD4530 Logiciels et progiciels propres à l'industrie manufacturière de mode, MOD5640 Méthodes et processus de distribution, ORH1600 Introduction à la gestion des ressources humaines.

d) L'inscription au stage en commercialisation de la mode, MOD4620 Stage en commercialisation de la mode, est autorisée moyennant la réussite des cours MET1301 Fondements technologiques des systèmes d'information en mode, MOD1101 En mode affaires, MOD3000 Recherche de matières, de thématiques et de tendances, MOD3640 Recherches en marketing de mode, MOD5640 Méthodes et processus de distribution et d'avoir complété 36 crédits.

De plus, l'étudiant doit avoir une moyenne cumulative d'au moins 2,5 sur 4,3 pour les stages nationaux et de 2,7 sur 4,3 pour les stages internationaux. Au terme de 36 crédits, l'étudiant qui obtiendra une moyenne cumulative inférieure à 2,5 sur 4,3 devra à la place du stage, suivre et réussir trois cours (9 crédits) parmi les suivants : MOD3565 Planification et contrôle de la production et des stocks dans l'industrie manufacturière de mode, MOD3570 Étude du travail et aménagement dans l'industrie manufacturière de mode, MOD3660 Éthique commerciale et consommateurs, MOD4530 Logiciels et progiciels propres à l'industrie manufacturière de mode, ORH1600 Introduction à la gestion des ressources humaines.

e) L'inscription au stage en gestion industrielle de la mode, MOD5511 Stage en gestion industrielle dans l'industrie manufacturière de mode, est autorisée moyennant la réussite des cours MOD3560 Technologie et équipement dans l'industrie manufacturière de mode, MOD3565 Planification et contrôle de la production et des stocks dans l'industrie manufacturière de mode, MOD3570 Étude du travail et aménagement dans l'industrie manufacturière de mode, MOD4530 Logiciels et progiciels propres à l'industrie manufacturière de mode et d'avoir complété 36 crédits.

De plus, l'étudiant doit avoir une moyenne cumulative d'au moins 2,5 sur 4,3 pour les stages nationaux et de 2,7 sur 4,3 pour les stages internationaux. Au terme de 36 crédits, l'étudiant qui obtiendra une moyenne cumulative inférieure à 2,5 sur 4,3 devra à la place du stage, suivre et réussir trois cours (9 crédits) parmi les suivants : MOD3000 Recherche de matières, de thématiques et de tendances, MOD3300 Mode, communication et environnement, MOD3640 Recherches en marketing de mode, MOD3660 Éthique commerciale et consommateurs, MOD5650 Publicité et relations publiques.

f) L'étudiant qui n'aura pas obtenu la moyenne de 2,5 sur 4,3 requise pour l'admission au stage en entreprise pourra reprendre certains cours de manière à augmenter sa moyenne cumulative. Les cas problèmes feront l'objet d'une étude individuelle de la part de la direction de l'École supérieure de mode de l'ESG UQAM.

g) Le stage obligatoire pour les trois concentrations (MOD4420 Stage en design et stylisme de mode, MOD4620 Stage en commercialisation de la mode et MOD5511 Stage en gestion industrielle dans l'industrie manufacturière de mode) doit être suivi à temps complet; le second stage (MOD4180 Stage II (non crédité)) ne comporte pas de crédits académiques. Il s'effectue normalement l'été, après le premier stage. Ce stage est facultatif. Il est noté au dossier.

h) Les projets d'études internationales (MOD501X Projet d'études internationales I et MOD502X Projet d'études internationales II) devront compter quinze étudiants. Pour s'y inscrire, il faut y être autorisé par la

direction du programme. La réalisation de ce projet peut s'étendre sur un ou deux trimestres. L'autofinancement du projet (frais de voyage et de séjour) doit être pris en charge par les étudiants.

i) Les cours MOD5445 Prospective, recherche-crédation et informatisation de la collection complète de vêtements et MOD6470 Projet de fin d'études en design de la concentration design et stylisme de mode doivent être suivis durant la même année académique.

j) L'inscription aux projets de fin d'études, MOD6470 Projet de fin d'études en design, MOD657X Projet de fin d'études en gestion industrielle de la mode et MOD667X Projet de fin d'études en commercialisation de la mode est autorisée moyennant la réussite de 75 crédits du programme. De plus, l'étudiant doit avoir conservé une moyenne cumulative de 2,8 sur 4,3.

DESCRIPTION DES COURS

DES6440 Développement et exploitation du portfolio

Ce cours vise à rendre l'étudiant apte à développer un portfolio représentatif de ses talents et compétences en respectant les conventions de la transcription graphique et de la présentation esthétique. Donner au portfolio un caractère fonctionnel dans le but de l'utiliser de façon optimale selon les situations. Élaboration du portfolio: représentativité et équilibre. Recherche du style personnel dans la constitution du portfolio: dessins, couleurs, matériaux, saisons, marchés, etc. Échantillonnage manuel et informatique. Recherche de flexibilité: ordonnancement en fonction d'une vision domestique et/ou internationale, agencement selon une perspective à court ou à long terme. Définition d'un style personnel et mise en valeur de la «griffe». Exercices dirigés et travaux pratiques. Présentation du portfolio devant employeur ou acheteur (jeu de rôles).

Préalables académiques

MOD4460 Création de mode, illustration et image numérique ; MOD5445 Prospective, recherche-crédation et informatisation de la collection complète de vêtements

DGR2212 Design et représentation humaine

Étude des problématiques formelles et conceptuelles propres à l'image figurative. Exercices d'observation, de mémorisation et de mise en situation de la figure humaine. Étude de l'esquisse appliquée aux domaines du design, de l'illustration et de l'image en mouvement.

Préalables académiques

DGR1212 Design et perception

FIN3500 Gestion financière

Ce cours vise à initier les étudiants à l'analyse et à la prévision financière, au financement de l'entreprise et à l'allocation des ressources financières. Techniques d'analyse et de prévision. Mathématiques financières. Choix des investissements et coût du capital. Fusion et acquisitions, gestion de l'encaisse. Gestion des comptes à recevoir. Sources de financement à court, moyen et long termes. Structure financière optimale. Politique de dividendes. Le cours sera suivi d'une période de trois heures d'exercices additionnelles. Ce cours implique une utilisation intensive des technologies d'information et de communication. L'étudiant doit prévoir l'accès à un micro-ordinateur et à Internet.

Préalables académiques

SCO1002 Comptabilité et financement de la PME ou SCO1250 Introduction aux sciences comptables ou SCO1240 Introduction à la comptabilité financière

HAR3680 Courants artistiques, mode et vêtements

Ce cours vise d'abord à initier les étudiants de mode aux

caractéristiques formelles propres aux différents courants artistiques (particulièrement picturaux) qui, depuis la fin de l'art néo-classique au 18e siècle jusqu'aux débuts de l'abstraction au 20e siècle, ont constitué les fondements de l'art moderne (romantisme, réalisme, impressionnisme, post-impressionnisme, symbolisme, fauvisme, expressionnisme, cubisme, surréalisme, etc.) Il permettra aux étudiants de développer leurs capacités d'analyse de l'objet d'art, d'en comprendre le vocabulaire et de mieux cerner les fondements historiques de ces courants artistiques. Par ailleurs, quand cela sera pertinent, le cours offrira une réflexion sur la représentation du vêtement dans les courants artistiques et sur ce qui influence la présence de tel ou tel type de représentation vestimentaire dans les oeuvres caractéristiques de ces courants. Cette étude permettra aussi d'esquisser une réflexion sur l'influence des arts visuels dans la production du vêtement et de la mode. Présentation des courants artistiques majeurs des XIXe et début XXe siècles. Introduction à la terminologie propre à l'identification des courants artistiques. Identification des caractéristiques formelles et des fondements historiques de ces courants artistiques. Établissement de liens entre les courants artistiques et les tendances vestimentaires.

HAR3705 Image de mode et photographie

Ce cours a pour objectif d'initier l'étudiant à l'histoire de la photographie et à son impact sur le système de la mode depuis son invention en 1839 jusqu'à aujourd'hui. La photographie de mode est un objet complexe qui implique non seulement une connaissance de la photographie mais aussi celle de l'histoire de l'art en général, du théâtre et de l'image publicitaire. Nous aborderons l'analyse des images et des productions selon ces différents aspects : histoire des photographes et de leur apport spécifique, stylisme, revues et magazines les plus marquants. Le cours vise enfin à susciter une réflexion critique sur l'importance de la photographie comme partie intégrante du système de la mode et ses enjeux idéologiques, particulièrement en ce qui a trait à la représentation du corps.

MAT2080 Méthodes statistiques

L'objectif spécifique du cours est de transmettre certaines connaissances des méthodes statistiques afin que l'étudiant puisse: - apprécier le rôle de la statistique dans le développement du savoir scientifique, en administration comme dans tout autre domaine; - effectuer, au besoin, des analyses statistiques simples; - reconnaître les situations qui exigent l'application des méthodes statistiques; - dialoguer avec des spécialistes et pouvoir lire les résultats d'une étude statistique. Pour atteindre cet objectif, le cours traitera des matières suivantes: - statistique descriptive; - éléments de la théorie des probabilités; - estimation de paramètres (notion de distribution d'échantillonnage et d'intervalle de confiance, estimation par intervalle de confiance pour une proportion et pour une moyenne, détermination de la taille de l'échantillon); - tests d'hypothèse (pour une proportion, pour une moyenne, pour une différence de moyennes et pour une différence de proportions); - régression linéaire (régression linéaire simple: droite des moindres carrés, tests sur les coefficients, coefficient de conciliation); - régression multiple (confusion des effets, tests sur les coefficients, corrélation partielle, inclusion et rejet de variables); - analyse de séries chronologiques; - nombres indices.

MET1301 Fondements technologiques des systèmes d'information en mode

À la fin de ce cours, l'étudiant: - comprendra l'importance de la technologie dans le traitement de l'information pour les besoins des gestionnaires et des organisations; - comprendra le vocabulaire de base et les concepts relatifs aux nouvelles technologies de l'informatique et des télécommunications; - connaîtra les critères de choix quant aux technologies à implanter; - saura utiliser les principaux logiciels microinformatique comme support aux activités de gestion, notamment quant à la prise de décision et à l'exploitation des bases de données; - connaîtra le potentiel des technologies Internet, intranet et

extranet; - saura concevoir, développer et évaluer un site web; - intégrera le micro-ordinateur dans ses activités quotidiennes d'étudiant et futur professionnel de la gestion. Diverses perspectives seront examinées allant de l'informatique dans le rôle du gestionnaire, de l'information en tant que ressource à gérer et comme aide à la gestion. Le contenu comprend les concepts de technologies de l'information pour la gestion, la bureautique, le commerce électronique sur Internet. Aux séances de cours portant sur l'utilisation d'outils servant au gestionnaire (un tableur (ex : Excel), un logiciel de graphisme (ex. Illustrator/Photoshop), etc.) s'ajouteront des séances de laboratoire informatique permettant de pratiquer ces outils de gestionnaire dans une perspective d'application en gestion.

Modalité d'enseignement
Travaux en laboratoire informatique

MET3220 Recherche opérationnelle

Ce cours a pour objectif de permettre à l'étudiant de se familiariser avec les techniques décisionnelles et d'optimisation de la recherche opérationnelle et plus spécifiquement de rendre l'étudiant apte à percevoir dans quel état se situe un problème donné, à identifier ses variables, à analyser et optimiser le phénomène à étudier et enfin d'être capable d'étudier et de comprendre les techniques connexes à celles présentées en séance. - Nature de la recherche opérationnelle - Cycle de décision - Modèle de décision - Décision en état d'ignorance - Programmation linéaire - Solution graphique - Solution algébrique - Méthode simplexe - Méthode de l'affectation - Affectation cyclique - Méthode du transport - Programmation dynamique - Décision en état de risque - Probabilités bayésiennes - Valeur de l'information - Théorie des files d'attente - Canal simple - Canaux multiples - Canal simple tronqué - Troncature absolue - Méthode de simulation Monte-Carlo - Réseau - Distribution Bêta - Variations des coûts et des temps - Décision en état de conflit - Théorie des jeux

Modalité d'enseignement
Le cours sera suivi d'une période de deux heures d'exercices additionnelles en laboratoire.

Préalables académiques
ECO2272 Méthodes d'analyse économique II ou MAT2080 Méthodes statistiques ou POL1800 Éléments de statistiques pour les sciences humaines

MOD1101 En mode affaires

Objectifs
Le cours a pour objectifs : de permettre aux étudiants de démystifier le monde des affaires de la mode et les industries auxquelles elles se rattachent, tant au niveau local qu'international en abordant notamment les thèmes suivants : l'historique de l'univers de la mode, les modèles d'affaires les plus connus, les designers / maisons / marques de mode, les tendances, etc.; d'acquérir le vocabulaire propre au milieu; de saisir et d'interpréter la fonction et l'interrelation de chacun dans la chaîne de production et de distribution; de comprendre le rôle que joue le consommateur dans le milieu de la mode; et de reconnaître l'importance accordée à l'éthique et la durabilité. A la fin de ce cours, les étudiants seront en mesure d'identifier, de reconnaître et d'apprécier les gens et les phénomènes qui ont eu un impact sur le monde de la mode et auront les habiletés à discuter de manière critique et analytique le monde des affaires en mode. Par ailleurs, les étudiants pourront développer leurs habiletés de recherche documentaire, leurs habiletés rédactionnelles (rédaction d'un CV, d'un rapport, etc.) ainsi que leurs habiletés de communication orale devant un groupe. Ils seront aptes à maîtriser les outils qui leur permettront de produire, tout au long du programme d'étude, des travaux de qualité universitaire selon les règles de présentation d'un travail de recherche ou d'un rapport et au travail de rédaction : citations, bibliographies, notes de référence, fiches de lecture, résumés de textes, etc. Enfin, les étudiants

apprendront les différents métiers, carrières / professions et débouchés dans le milieu de la mode. Ils auront l'opportunité de rencontrer des experts du domaine (invités conférenciers) qui viendront partager leurs expériences.

Sommaire du contenu
Les défis du mode des affaires : un siècle de mode; Les industries primaires, secondaires, tertiaires et auxiliaires (NAICS) et les modèles d'affaires; L'environnement et les facteurs incontrôlables de la segmentation du marché - PESTE – local et international en mode; Les acteurs de la mode passés, présents et futurs; Les tendances de la mode; La demande des consommateurs mode (en fonction de la diversité et de l'homogénéité); La croissance, et l'expansion des entreprises de mode dans un contexte concurrentiel mondial; Les fibres et textiles, garnitures, cuirs et fourrures; Les classifications selon la catégorie de vêtements : femmes, hommes, enfants, sport, grandeurs, etc.; Les aspects de la publicité et la préparation des défilés; La commercialisation et la distribution en mode.

MOD1300 Psychosociologie de la mode et du vêtement

Ce cours vise à rendre l'étudiant apte à identifier et interpréter les influences réciproques entre les formes générales de représentation d'une culture, d'un groupe ou d'un individu, leurs modes et leurs comportements vestimentaires, isoler les principaux facteurs qui influencent l'image, la perception et la présentation de soi, appliquer les méthodes de base en recherche documentaire et utiliser les sources usuelles d'information et de données en psychosociologie de la mode. Analyse globale du phénomène de la mode: Principales théories, modèles et cadres généraux d'interprétation en psychosociologie de la mode Puissance, valeur et surdétermination du langage vestimentaire Méthodes et techniques de recherche appliquées à la psychosociologie de la mode Mode, vêtement et comportement individuel: Dimensions du soi. Le vêtement comme reflet et expression de l'individu, comme code individuel Interprétation des signes, des codes, des symboles et des messages non verbaux liés à la mode et au vêtement Processus cognitifs en cause Mode, vêtement et comportement collectif: Dimensions de l'image et de l'imaginaire collectifs Le vêtement comme signe de reconnaissance et de discrimination des groupes Interprétation des normes, des valeurs, des statuts et des rôles implicites et explicites dans les phénomènes de mode

Préalables académiques
MOD2300 Histoire de la mode ou MOD1850 Développement de produits et accessoires mode ou MOD2301 Mode, patrimoine et société sauf pour les étudiants de design et stylisme

MOD1430 Introduction au design de mode

Ce cours vise à rendre l'étudiant apte à faire la lecture des concepts vestimentaires présentés au moyen des illustrations, à maîtriser la nomenclature technique du vêtement, à connaître les bases de la théorie de la couleur, à constituer et faire la lecture de tableaux de production. Il vise aussi à initier l'étudiant à la connaissance de la structure d'une entreprise de mode et du rôle de chacun de ses intervenants. Maîtriser la terminologie et les bases du dessin technique du vêtement (géométral). Développer les capacités de lecture des illustrations de mode avec l'application de la terminologie technique et des noms des couleurs. Initier à la préparation de tableaux de production. Expliquer la structure et le fonctionnement d'une entreprise de mode. Application de travail en équipe. Exercices dirigés et travaux pratiques.

MOD1460 Tendances, styles, matières et présentation des créations en mode

Ce cours permettra à l'étudiant d'acquérir les notions théoriques et pratiques nécessaires en recherche et analyse de tendances, styles et matières, plus en présentation graphique des créations en mode. La partie théorique du cours s'organise autour de l'exploration des

tendances de la mode en lien avec les concepts philosophiques, sociologiques et artistiques; de l'étude des technologies innovantes et des nouveaux matériaux appliqués à la création de mode, de l'organisation d'un système numérique de prospection de référence servant de support à la recherche-crédation en mode. La partie pratique s'articule autour de la communication visuelle, des logiciels graphiques et des équipements périphériques; de la sensibilisation à la photographie numérique comme outil de recherche et de la méthode de création pour le développement, la conception et la présentation de deux collections limitées de vêtements suite aux analyses de tendances.

Modalité d'enseignement
Travaux en laboratoire informatique

MOD1620 Introduction au marketing et au commerce de la mode

Ce cours vise à identifier et comprendre le rôle des principaux intervenants dans l'industrie de la mode, à présenter les principales fonctions de marketing utilisées dans les entreprises de mode et à montrer leur importance dans la réussite commerciale d'une entreprise. Les étudiants seront aptes à analyser les principaux canaux de distribution et types de commerces de mode (secteur manufacturier, grossiste, agence, commerce de détail et autres), leur structure et leur fonctionnement général dans un contexte commercial. Ils se familiariseront avec l'importance de proposer une offre intégrée auprès des clientèles. - Identification et compréhension du rôle des principaux intervenants dans l'industrie de la mode. - Analyse des principaux canaux de distribution et types de commerces de mode (secteur manufacturier, grossiste, agence, commerce de détail et autres), de leur structure et de leur fonctionnement général dans un contexte commercial. - Identification des principaux enjeux et défis de l'industrie (soit au niveau économique, politique, législatif ou social et ce à l'échelle nationale et internationale). - Définition du marketing et de sa raison d'être dans l'entreprise de mode. - Analyse sociologique et psychographique des comportements des consommateurs et des facteurs qui influencent ces comportements dans une perspective de positionnement commercial. - Repérage des occasions d'affaires dans le marché de la mode en prenant en compte les aspects tant qualitatifs que quantitatifs de la concurrence. - Présentation des étapes d'un plan de recherche commerciale. - Utilisation des outils de planification stratégique en marketing: sélection d'une collection, d'un réseau de distribution, d'un prix de vente, d'outils de communication et des principes de vente. - Création d'un plan de marketing.

MOD1850 Développement de produits et accessoires mode

Objectifs

Ce cours vise à assurer une formation en développement durable de produits ou accessoires mode. À la fin de ce cours, le étudiant sera en mesure de comprendre les technologies 3D pour la prise de données numérique (du pied par exemple), de transposer celles-ci en une forme, d'identifier et de comparer les composantes nécessaire au développement d'une chaussure ou d'un produit de maroquinerie (connaissance cuirs, etc.), ou encore d'un accessoire, d'illustrer et de reproduire le processus de production, de planifier la chaîne d'approvisionnement ainsi que d'évaluer les quantités pour un assortiment de marchandises. Les étudiants deviendront ainsi des gestionnaires compétents et capables de gérer efficacement ces activités reliées aux besoins de cette industrie et de ses consommateurs tant pour la production en approvisionnement local qu'international. Enfin, ils pourront développer leurs habiletés en communication et en négociation reliées au développement de leurs produits / collection; voire si le cas le permet, choisir des méthodes de prévisions et de planification des ventes et d'analyser de l'offre et de la demande.

Sommaire du contenu
Structure organisationnelle de l'industrie (passée et future) ainsi que sa

chaîne d'approvisionnement;Types et modèles d'affaires des entreprises « mode » et leur classification dans l'industrie;Analyse de la clientèle-cible, ses besoins, ses attentes pour un produit mode, innovateur et durable;Tendances qui affectent le processus de création de collections, les facteurs artistiques ainsi que les facteurs incontrôlables tels que ceux politiques, économiques, sociaux, technologiques et environnementaux;Outils (cahiers de tendances, cartes d'échantillons, logiciels informatiques, etc.), des méthodes (sondage, focus group, etc.) nécessaire au développement et/ou ajustement d'un produit;Spécifications de tailles, origine, entretien, etc. respectant les exigences du client;Stratégie de recherche de fournisseurs et la compréhension et l'application du processus d'achat industriel;Analyse de la compétition, et du positionnement;Coûts et les prix de détail suggérés;Concept d'assortiment de marchandise (modèle, grandeur, couleur) selon la clientèle-cible;États financiers sommaire.

MOD2200 Relations humaines et communications au travail

Ce cours vise à rendre l'étudiant apte à comprendre la nature et les fonctions du travail en équipe dans une entreprise de mode intégrée comportant les trois volets de conception, de production et de commercialisation, identifier les acteurs et leurs rôles dans des équipes de travail multifonctionnelles, développer des habiletés lui permettant de s'intégrer à différents types d'équipes de travail dans ce contexte. - Étude des principes et des modèles de base en relations humaines dans un milieu de travail. - Étude de sociologie et de psychologie industrielles sur les dynamiques de base dans un milieu de travail; les méthodes de motivation et de communication qui s'y appliquent; les systèmes d'évaluation des échanges, de la performance et du rendement. - Analyse et apprentissage des méthodes de travail en équipe dans les entreprises de mode: études de cas, jeux de rôles et résolution de problèmes.

MOD2301 Mode, patrimoine et société

Objectifs

Ce cours vise à rendre l'étudiant apte à définir comment sa pratique professionnelle s'inscrit dans une continuité et participe à l'acte patrimonial qui affecte le développement de l'industrie de la mode et son phénomène; à décrire les notions de la nouveauté, de l'éphémère, de la pérennité, de la continuité et à expliquer leurs complémentarités dans l'industrie de la mode et sa mise en valeur; à identifier et employer des méthodes de recherche documentaire et des sources usuelles d'informations et de données quant au développement de la mode, de son phénomène et de sa mise en valeur – culturel, économique –; à choisir, utiliser, expérimenter et créer des modèles de mise en valeur – culturel et économique – au potentiel heuristique; à analyser comment ces derniers affectent les perceptions qu'ont les publics de l'industrie de la mode et de ses acteurs – couturiers, créateurs, artisans –; à concevoir et évaluer comment ces images « silent selling » peuvent affecter et se répercuter sur les processus d'achat, mais aussi leur pratique individuelle.

Sommaire du contenu

Impacts de la mode sur les développements des sociétés – moderne, postmoderne, hypermoderne –, de la culture, de la création, de l'économie, et leurs réciprocity; Identification et interprétation du phénomène de mode – principales théories, modèles et cadres généraux d'interprétation – et de sa mise en valeur par l'industrie et les institutions muséales et patrimoniales; Imaginaires, perceptions – imprévisibilité, irréversibilité et bifurcation – et significations culturelles – occidentale et orientale –; Le vêtement comme « lieu de mémoire » et « sémiophore »; « Méthode de l'empreinte (rosace de la marque) » et autres modèles de reconnaissance de la marque.

MOD2400 Fibres et textiles

Ce cours vise à rendre l'étudiant apte à identifier les fibres et les tissus, leurs caractéristiques et leurs propriétés, évaluer et choisir les tissus appropriés au style et à l'usage du vêtement. Analyse en laboratoire

des fibres naturelles, artificielles et mixtes. Étude des méthodes d'identification des fibres et des tissus. Analyse des méthodes de fabrication des tissus tissés, non tissés et des mailles, de même que des procédés de teinture, d'apprêt et de finition. Étude des méthodes d'évaluation de la qualité, des coûts et de la performance des tissus, en fonction des principaux usages et besoins. Préparation d'un cahier de référence de tissus. Travaux pratiques en laboratoire.

MOD2450 Analyse et application d'un modèle théorique en design de mode

Ce cours vise à rendre l'étudiant apte à développer, à partir d'un modèle théorique, un modèle personnel qui permettra d'améliorer ses connaissances dans la recherche documentaire afin de concevoir un groupe de vêtements pour un lanceur de mode. - Établissement d'un répertoire, codification de données qui supportera la recherche, la conception et la création des nouvelles formes vestimentaires. - Identification des caractéristiques principales dans les vêtements conçus tant au niveau de la forme, de la construction que de la matière, afin de réunir les pièces les plus représentatives par rapport au sujet et au lanceur choisis; la gamme chromatique; les matières, les textures. - Intervention sur la surface d'une étoffe en respectant le thème exploré. - L'ensemble des recherches préliminaires assemblées dans un cahier de recherche. - Production d'un diaporama qui représente la synthèse des recherches. - Analyse des modèles devant un groupe d'experts. - Présentation formelle des recherches.

Préalables académiques

MOD1460 Tendances, styles, matières et présentation des créations en mode

MOD2460 Approche créative du textile

Ce cours initie l'étudiant aux techniques de base nécessaires pour transformer les surfaces et structures des différentes étoffes afin de compléter les recherches de création pour concevoir une collection limitée ou une collection complète de vêtements. Ce cours permettra de réaliser, en complémentarité avec le cours MOD2450 Analyse et application d'un modèle théorique en design de mode, un minimum de 2 transformations de surfaces textiles et/ou structure. Apprêtage et exploitation de tissu comme support par la méthode de façonnage et d'assemblage. Introduction aux différentes techniques de traitement de la surface textile: coloration par bain, application directe de la couleur, et de modifications des structures de tissus. Création: traitement métaphorique des images sur les surfaces textiles, traitement des textures par traitement des fils. Introduction aux connaissances des nouvelles technologies. Exercices dirigés et travaux pratiques.

MOD2550 Gestion de la production et des opérations dans l'entreprise de mode

À la fin de ce cours, l'étudiant devrait être en mesure: d'analyser et de choisir des modèles d'organisation de la production et de la gestion des opérations de fabrication de vêtements, dans une perspective systémique et en tenant compte de critères déterminés de productivité et de compétitivité. Expliquer la nature et le contexte de la gestion de la production et des opérations dans l'industrie manufacturière de mode au Québec, au Canada, de même que dans certains environnements typiques à l'étranger. Analyser les procédés et systèmes industriels existants. Décrire les spécificités du produit pour les fins de la gestion de la production. Concevoir et organiser un système de production en fonction du design du produit. Gérer le système existant: réaliser les prévisions, l'organisation, l'ordonnement et le contrôle. Gérer l'amélioration des systèmes et l'innovation.

MOD2555 Création d'imprimés textile et élaboration de collection Objectifs

Le cours porte sur les principales méthodes d'élaboration des motifs imprimés. Il propose une démarche pédagogique à la fois artistique et technique. Il aborde essentiellement l'impression textile numérique. Le

cours permet : De développer l'apprentissage d'une méthodologie créative modulable et transférable; De définir des concepts de collection contemporains en accord avec un cahier des charges et en décliner des principes créatifs; De concevoir et créer des imprimés textiles; De réaliser des échantillons en impression numérique; De concevoir, au moyen des outils informatisés des documents professionnels mettant en valeur les créations d'impressions textile et les collections de vêtements; D'appliquer la méthodologie de recherche en création d'impressions textile.

Sommaire du contenu

Initiation aux logiciels de traitement d'image les plus utilisés dans l'industrie. Exploration du processus de création par des méthodes manuelles et numériques. Maîtrise des logiciels de dessin vectoriel et d'image matricielle. Élaboration d'une collection saisonnière de vêtements en mettant l'emphase sur la création d'imprimés textile.

Modalité d'enseignement

Le cours prévoit l'utilisation d'outils informatiques pour transposer et parfaire la recherche et la création. Exercices : séances hebdomadaire de 2 heures au laboratoire de micro-informatique.

MOD2630 Approvisionnements

Ce cours vise à rendre l'étudiant apte à identifier et situer les rôles et les fonctions de l'acheteur dans un commerce de mode, appliquer les règles, les méthodes et les modèles de budgétisation relatifs aux achats et aux approvisionnements, planifier et structurer les achats et les approvisionnements en fonction des déterminations de coûts, de profits et de marchés. Notions élémentaires d'approvisionnement; définition et organisation de la fonction approvisionnement dans un commerce-type de mode au gros et au détail; organisation administrative des achats; définition et description de la qualité; contrôle de la qualité, vérification ou inspection; recherche de fournisseurs valables; évolution de la performance des fournisseurs. Calcul et analyse des prix de revient des achats et des approvisionnements, des marges initiales et bénéficiaires, de même que des autres paramètres comptables servant à déterminer les prix. Simulation de l'organisation des achats et des inventaires d'un lot de marchandises en fonction d'une analyse et d'un estimé des coûts, des profits et de la demande provenant des marchés visés.

MOD3000 Recherche de matières, de thématiques et de tendances

Ce cours vise à rendre l'étudiant apte à récupérer et analyser les données disponibles, organiser un système prospectif de références servant de support à la recherche-crédation en mode, appliquer des stratégies d'innovation dans la sélection et l'élaboration des matériaux, des thématiques et des tendances. - Mise en perspective des principaux foyers d'élaboration et de diffusion de la mode, locale et internationale. - Étude des acteurs, des structures et du fonctionnement des principaux lieux de conception, de même que des canaux et des moyens de diffusion majeurs, qui établissent les nouveaux concepts et les nouvelles tendances de matières et de thématiques de la mode. - Apprentissage des méthodes de repérage et de conciliation des données, anciennes et contemporaines, par rapport aux tendances passées, actuelles et prévisionnelles de la mode. - Préparation d'un matériel de références sur les origines, les représentations et les aires de diffusion d'une nouvelle thématique. - Analyse et simulation de stratégies d'innovation.

Modalité d'enseignement

Exercices et travaux pratiques.

MOD3300 Mode, communication et environnement

Ce cours vise à rendre l'étudiant apte à décoder les principaux types de communication prévalant dans les milieux de la mode, interpréter le langage non verbal, analyser le contenu et la forme des messages ayant la mode pour objet dans les mass media, développer une

perspective critique à l'endroit des langages médiatiques. Théories et modèles de base de la communication et de l'information. Formes dominantes de communication et d'information dans des milieux de mode donnés: études de cas. Le langage somatique et son influence sur les représentations de la mode: études de cas et jeux de rôles. Types de langages médiatiques, audiovisuels et écrits, appliqués à la mode et au costume. Leurs environnements et leurs publics-cibles. Éléments d'analyse de contenu. Séances d'exercices.

MOD3450 Définition et analyse des prototypes, et présentation des prototypes réalisés

Ce cours vise la maîtrise des habiletés créatives et techniques nécessaires à la réalisation de la collection de produits de mode élaborée dans le cours MOD2450 Analyse et application d'un modèle théorique en design de mode Analyse et application d'un modèle théorique en design de mode. Ce cours vise aussi à approfondir les connaissances et les habiletés à utiliser un logiciel pour la réalisation des patrons et en faire la traduction intégrale dans un vêtement (3D). - Développement et présentation en 2D et 3D des modèles créés dans le cours MOD2450 Analyse et application d'un modèle théorique en design de mode à l'aide du logiciel de patron. - Définition des opérations dans une production sérielle et établissement d'un procédé de fabrication. - Analyse et rationalisation en fonction des composantes du modèle. - Analyse des coûts de production. - Préparation et montage des prototypes en toile. - Analyse de la tombée, des proportions, de la forme, du volume, de l'aisance et du confort. - Séminaires critiques de prototypes devant spécialistes. - Présentation des prototypes, recherches et études réalisés dans le cadre du cours MOD2450 Analyse et application d'un modèle théorique en design de mode.

Préalables académiques

MOD2450 Analyse et application d'un modèle théorique en design de mode

MOD3560 Technologie et équipement dans l'industrie manufacturière de mode

À la fin de ce cours, l'étudiant devrait être en mesure d'évaluer, de choisir et d'appliquer les technologies et équipements, traditionnels et automatisés, permettant une production optimale dans un contexte déterminé. - Expliquer de manière approfondie les principes de fonctionnement, de réglage et d'entretien des équipements, des différents types de fils et d'aiguilles, de même que des principes de formation des différents points. - Décrire les méthodes, procédés, appareils et logiciels servant aux opérations de placement, de matelassage et de découpe assistées par ordinateur. - Effectuer une programmation simple. - Décrire les principaux types de machines spécialisées et automatisées en couture, repassage, pressage et finition. - Analyser des gammes de montage et de systèmes de couture des principaux types de vêtements. - Effectuer une analyse comparée des technologies traditionnelles et automatisées de production dans des situations typiques. - Gérer une salle de coupe ainsi qu'un atelier de couture. - Appliquer les principes de sécurité au travail.

Modalité d'enseignement

Ce cours devra s'accompagner d'une période de 30 heures de laboratoire obligatoire.

Préalables académiques

MOD2550 Gestion de la production et des opérations dans l'entreprise de mode

MOD3565 Planification et contrôle de la production et des stocks dans l'industrie manufacturière de mode

Ce cours vise à rendre l'étudiant apte à analyser et établir le modèle d'un système de planification, de gestion et de contrôle des stocks dans un contexte de fabrication de vêtements. À la fin de ce cours, l'étudiant

devrait être en mesure (1) d'analyser et (2) d'établir le modèle d'un système de planification, de gestion, et de contrôle des stocks dans un contexte de fabrication de vêtement. Analyser les besoins et gérer la demande. Gérer des stocks. Planifier les besoins matières (PBM). Calculer les lots économiques. Élaborer un plan directeur de production et les systèmes connexes. Élaborer une planification sur la base d'une approche juste-à-temps. Expliquer le concept de réponse rapide (Quick Response). Choisir le système d'entreposage adapté aux objectifs de l'entreprise.

Préalables académiques

MOD2550 Gestion de la production et des opérations dans l'entreprise de mode

MOD3570 Étude du travail et aménagement dans l'industrie manufacturière de mode

À la fin de ce cours, l'étudiant devrait être en mesure: - de réaliser une étude des temps dans un contexte de fabrication de produits de mode; - d'organiser le travail des employés de production; - de réaliser un aménagement correspondant au procédé de production retenu ainsi qu'aux particularités des tâches à accomplir; - mesurer les temps nécessaires pour chaque opération d'un procédé de production d'un article de mode; - réaliser une étude ergonomique des postes de travail; - porter un jugement d'allure; - traiter les résultats; - analyser les informations recueillies; - établir des temps standards; - dresser la séquence des opérations de préparation, d'assemblage et de finition d'un produit de mode; - dresser la liste des machines nécessaires; - évaluer les contraintes physiques liées à l'espace de travail; - déterminer les exigences liées à la manipulation du produit; - repérer les points stratégiques permettant l'économie de temps et de mouvement; - produire le plan d'aménagement; - choisir les méthodes de travail; - mettre en oeuvre les méthodes de travail et le plan d'aménagement.

Préalables académiques

MOD2550 Gestion de la production et des opérations dans l'entreprise de mode

MOD3640 Recherches en marketing de mode

Ce cours vise à rendre l'étudiant apte à analyser les résultats de recherches de marketing et en extraire les facteurs déterminants pour la conception et la commercialisation de produits de mode. Étude des processus, des instruments et des principaux types de recherche en marketing utilisés dans différents environnements-types: schémas de recherche, collectes de données, instruments de mesure et modèles d'analyse; recherches exploratoires, descriptives et causales; différences d'approche entre les niveaux de recherche. Réalisation d'une recherche de marketing à portée limitée et utilisation de ses résultats comme prémisses à une stratégie commerciale. Exercices pratiques.

Préalables académiques

MAT2080 Méthodes statistiques; MOD1620 Introduction au marketing et au commerce de la mode

MOD3660 Éthique commerciale et consommateurs

Le cours vise à sensibiliser les étudiants aux processus décisionnels les plus fréquents mis en application par les consommateurs dans leurs achats de produits de mode; à les rendre aptes à identifier les facteurs, contrôlables et incontrôlables, pouvant influencer positivement le choix final du consommateur; à leur faire connaître les règles en vigueur et à développer une éthique commerciale cohérente. Le cours est divisé en deux blocs d'égale importance : 1) Les comportements de consommation: L'étude des principaux comportements de consommation (achat en situations de forte et de faible implication; l'achat impulsif; l'achat compulsif; l'achat pour soi vs l'achat comme cadeau, etc.); les achats aux points de vente et les achats à domicile;

l'étude des variables d'influence: personnelles, culturelles, sociologiques, économiques, contextuelles; l'étude des thématiques d'actualité dans le domaine de la consommation des produits de la mode: ex. l'achat à crédit, le phénomène des infopublicités, l'influence des porte-parole, la perception de la qualité du produit en fonction de son pays d'origine, etc. 2) Les conséquences des actions commerciales sur le consommateur de mode: Les concepts fondamentaux de l'éthique commerciale; le respect des principales règles commerciales; l'étude des conséquences des pratiques commerciales des entreprises dans le domaine de la mode: ex. les publicités provocatrices; la sous-traitance dans les pays du tiers-monde; l'utilisation de mannequins comme modèles non «représentatifs».

Modalité d'enseignement

Présentation et discussion de cas traitant des pratiques commerciales. Travail de recherche sur le processus décisionnel du consommateur de mode.

Préalables académiques

MOD1620 Introduction au marketing et au commerce de la mode

MOD380X Problématique théorique, pratique, technique ou historique en mode

Cours à contenu variable portant sur un aspect ou une problématique théorique, pratique, technique ou autre de la création ou de la gestion commerciale et industrielle en mode. Ce cours permettra entre autre de profiter d'événements spéciaux ou de la présence à Montréal de spécialistes du domaine pour offrir aux étudiants une formation particulière sur une ou des problématiques qui lui permettront d'enrichir et d'approfondir sa formation et son expérience professionnelle.

MOD4180 Stage II (non crédit)

Ce cours vise à rendre l'étudiant apte à appliquer des connaissances et des habiletés plus spécialisées et sur une plus longue durée de formation pratique, en prolongement du stage I, dans un contexte d'enseignement coopératif. Sélection d'un projet de stage en fonction des capacités et des intérêts de l'entreprise et de l'étudiant intéressés. Réalisation du projet. Participation active et structurée de l'étudiant aux diverses fonctions qui lui sont assignées en stage. Expérimentation de tâches moyennement complexes de coordination et de gestion au sein d'équipes organisées de travail. Rédaction d'un rapport complet du stage et évaluation externe. Le stage II peut suivre immédiatement le premier stage et être effectué dans la même entreprise que ce dernier, ou encore se faire plus tard et dans une entreprise différente. Ce stage facultatif est noté au dossier de l'étudiant qui s'y inscrit et qui le réussit. Il ne comporte pas de crédits académiques, mais l'étudiant qui y participe reçoit une rémunération déterminée pour son travail, conformément aux normes de l'enseignement coopératif.

Préalables académiques

MOD4420 Stage en design et stylisme de mode ou MOD4620 Stage en commercialisation de la mode ou MOD5511 Stage en gestion industrielle dans l'industrie manufacturière de mode

MOD4420 Stage en design et stylisme de mode

Ce cours vise à rendre l'étudiant apte à appliquer et tester ses connaissances et ses habiletés en design et stylisme de mode dans une situation professionnelle réelle, démontrer sa créativité, ses facultés d'observation, son sens critique, son sens des responsabilités et ses capacités de communication au sein d'équipes de travail, préciser son plan de carrière et favoriser son embauche éventuelle. - Planification et contrôle de la réalisation du stage en fonction des objectifs, des décisions et des données du projet initial de l'étudiant. - Réalisation d'un projet ou de travaux suffisamment importants et de bonne qualité dans le champ de spécialisation. - Participation active et structurée de l'étudiant aux diverses fonctions qui lui sont assignées en stage. - Application de normes de qualité dans le développement d'une

production sérielle, en conformité avec les conditions de l'entreprise d'attache. - Application des règles d'éthique professionnelle. - Rédaction et présentation d'un rapport structuré, détaillé et complet du stage, avec évaluation externe. - Évaluation des ressources investies par l'étudiant en termes de temps, d'activités de recherche, de participation aux opérations de la firme et d'autres activités et travaux. - Évaluation des ressources et des autres apports du milieu de stage ainsi que du module, comme de l'usage qui en a été fait.

Modalité d'enseignement

Atelier de groupe et travaux individuels sur les rapports préliminaires de stage des étudiants, en vue de faire la synthèse des connaissances, des procédés et des méthodes de travail acquis lors du stage et de leurs applications ou de leurs transferts possibles dans des cheminements professionnels futurs. Rencontres individuelles avec le titulaire du cours et évaluation du rapport final de stage.

Conditions d'accès

Avoir réussi 36 crédits et avoir maintenu une moyenne cumulative de 2,5/4,3.

Préalables académiques

MOD1100 Méthodologie et développement des habiletés professionnelles ou MOD1101 En mode affaires ; MOD3450 Définition et analyse des prototypes, et présentation des prototypes réalisés

MOD4460 Création de mode, illustration et image numérique

Ce cours vise à orienter la recherche de l'étudiant sur les diverses possibilités de création, d'illustration et de présentation graphique que lui offrent les méthodes manuelles et les outils numériques. Panorama des applications numériques en design. Initiation aux logiciels de traitement des images et de présentation les plus utilisés dans l'industrie. Exploration du processus de création par l'illustration de mode; maîtrise des logiciels de dessin vectoriel et d'image matricielle. Application dans le cadre de création et présentations de design de mode et de collections. Recherche et développement de styles et de signatures visuelles appropriés au format numérique.

Modalité d'enseignement

Exercices exigées (séances hebdomadaire obligatoire de 2 heures au laboratoire de micro-informatique).

Conditions d'accès

Ce cours est réservé aux étudiants ayant une connaissance avancée en illustration de mode, ainsi qu'une connaissance de base en graphisme et en photographie.

MOD4520 Gestion des approvisionnements dans l'industrie manufacturière de mode

À la fin de ce cours, l'étudiant devrait être en mesure d'organiser la fonction approvisionnement dans le contexte de la fabrication de vêtements. Expliquer le rôle de la fonction approvisionnement. Organiser la fonction et les systèmes d'information qui la soutiennent. Identifier et évaluer les sources d'approvisionnement. Choisir un fournisseur. Négocier les éléments de prix et autres constituant la transaction. Réaliser des achats à l'étranger. Gérer les éléments de transport reliés à l'approvisionnement. Gérer les surplus de stocks, la récupération, les liquidations.

Préalables académiques

MOD2550 Gestion de la production et des opérations dans l'entreprise de mode

MOD4530 Logiciels et progiciels propres à l'industrie manufacturière de mode

À la fin de ce cours, l'étudiant devrait être en mesure: d'utiliser un logiciel ERP dans les activités courantes de gestion d'une entreprise de

fabrication de mode; d'utiliser un logiciel de DAO et de FAO pour les éléments de gestion industrielle dans l'entreprise de production de mode. Utilisation d'un logiciel ERP pour fins de comptabilité, approvisionnement, gestion des stocks, gestion des ressources humaines, gestion de la production, gestion des ventes et bureautique. Utilisation d'un logiciel CAO/FAO pour le design d'un produit, le calcul des coûts de fabrication, le «grading» et le «marking».

Préalables académiques

MET1301 Fondements technologiques des systèmes d'information en mode

MOD4620 Stage en commercialisation de la mode

Ce cours vise à rendre l'étudiant apte à appliquer et tester ses connaissances et ses habiletés en commercialisation de la mode dans une situation professionnelle réelle, démontrer sa créativité, ses facultés d'observation, son sens critique, son sens des responsabilités et ses capacités de communication au sein d'équipes de travail, préciser son plan de carrière et favoriser son embauche éventuelle. - Planification et contrôle de la réalisation du stage en fonction des objectifs, des décisions et des données du projet initial de l'étudiant. - Réalisation d'un projet ou de travaux suffisamment importants et de bonne qualité dans le champ de spécialisation. - Participation active et structurée de l'étudiant aux diverses fonctions qui lui sont assignées en stage. - Application des normes de qualité dans le développement d'une production sérielle, en conformité avec les conditions de l'entreprise d'attache. - Application des règles d'éthique professionnelle. - Rédaction et présentation d'un rapport structuré, détaillé et complet du stage, avec évaluation externe. - Évaluation des ressources investies par l'étudiant en termes de temps, d'activités de recherche, de participation aux opérations de la firme et d'autres activités et travaux. - Évaluation des ressources et des autres apports du milieu de stage ainsi que du module, comme de l'usage qui en a été fait.

Modalité d'enseignement

Atelier de groupe et travaux individuels sur les rapports préliminaires de stage des étudiants, en vue de faire la synthèse des connaissances, des procédés et des méthodes de travail acquis lors du stage et de leurs applications ou de leurs transferts possibles dans des cheminements professionnels futurs.

Conditions d'accès

Avoir réussi 36 crédits et avoir maintenu une moyenne cumulative de 2,5/4,3.

Préalables académiques

MET1301 Fondements technologiques des systèmes d'information en mode ; MOD1100 Méthodologie et développement des habiletés professionnelles ou MOD1101 En mode affaires ; MOD3000 Recherche en marketing de mode ; MOD3640 Recherches en marketing de mode ; MOD5640 Méthodes et processus de distribution

MOD501X Projet d'études internationales I

Ce cours pourra répondre à différents objectifs. Il pourra, dans le cadre d'un projet à orientation professionnelle plus accentuée, viser à rendre l'étudiant apte à préparer et à réaliser l'étude approfondie du secteur mode d'un pays étranger, dans ses aspects design, production et commercialisation, financer la réalisation d'un tel projet, prendre conscience de l'importance du contexte culturel, procéder à l'analyse comparative du secteur mode au Québec et à l'étranger et dégager les principales implications. Dans le cadre d'un projet à caractère plus culturel, il aura comme objectif de donner une formation plus approfondie sur l'histoire de la mode, de l'art, du costume et du textile à l'étranger. Il pourra également développer un volet d'échanges avec les étudiants et les professeurs de différentes institutions d'enseignement ayant des programmes d'études en mode à l'étranger. - Préparation

d'un plan de visite: thématiques, grille d'analyse. Rencontres préliminaires avec des spécialistes, lectures, conférences s'il y a lieu. - Selon la nature du Projet d'études internationales: observation sur le terrain, visites, rencontres. - Analyse des observations effectuées et comparaisons entre le secteur mode au Québec et celui des pays visités, au plan de la création, de la production, de la commercialisation. - Identification de quelques implications concrètes pour l'industrie de la mode locale.

Modalité d'enseignement

Cours dans les musées de la mode, d'art ou du textile. Visites des lieux de conservations des collections du costume. Rencontres avec les responsables de programmes en mode etc. Critique des observations effectuées et préparation d'un rapport-synthèse. Présentation médiatisée du rapport.

Conditions d'accès

Ce projet est limité à une quinzaine d'étudiants. Pour s'inscrire à ce cours, l'étudiant doit obtenir l'autorisation de la direction du programme (qui prendra notamment en compte la qualité du dossier scolaire), avoir obtenu le financement nécessaire pour couvrir les frais totaux du voyage (incluant une protection médicale).

MOD502X Projet d'études internationales II

Ce cours pourra répondre à différents objectifs. Il pourra, dans le cadre d'un projet à orientation professionnelle plus accentuée, viser à rendre l'étudiant apte à préparer et à réaliser l'étude approfondie du secteur mode d'un pays étranger, dans ses aspects design, production et commercialisation, financer la réalisation d'un tel projet, prendre conscience de l'importance du contexte culturel, procéder à l'analyse comparative du secteur mode au Québec et à l'étranger et dégager les principales implications. Dans le cadre d'un projet à caractère plus culturel, il aura comme objectif de donner une formation plus approfondie sur l'histoire de la mode, de l'art, du costume et du textile à l'étranger. Il pourra également développer un volet d'échanges avec les étudiants et les professeurs de différentes institutions d'enseignement ayant des programmes d'études en mode à l'étranger. Préparation d'un plan de visite: thématiques, grille d'analyse. Rencontres préliminaires avec des spécialistes, lectures, conférences s'il y a lieu. Selon la nature du Projet d'études internationales: observation sur le terrain, visites, rencontres. Analyse des observations effectuées et comparaisons entre le secteur mode au Québec et celui des pays visités, au plan de la création, de la production, de la commercialisation. Identification de quelques implications concrètes pour l'industrie de la mode locale.

Modalité d'enseignement

Cours dans les musées de la mode, d'art ou du textile. Visites des lieux de conservations des collections du costume. Rencontres avec les responsables de programmes en mode etc. Critique des observations effectuées et préparation d'un rapport-synthèse. Présentation médiatisée du rapport.

Conditions d'accès

Ce projet est limité à une quinzaine d'étudiants. Pour s'inscrire à ce cours, l'étudiant doit obtenir l'autorisation de la direction du programme (qui prendra notamment en compte la qualité du dossier scolaire), avoir obtenu le financement nécessaire pour couvrir les frais totaux du voyage (incluant une protection médicale).

MOD5445 Prospective, recherche-crédation et informatisation de la collection complète de vêtements

Ce cours vise à rendre l'étudiant apte à concevoir une collection complète de vêtements en tenant compte des aspects économique, sociologique et technologique dans la perspective de marchés élargis. (Il est recommandé que ce projet soit réalisé en collaboration avec les étudiants de commercialisation et de gestion industrielle.) Il permet d'exploiter le processus créatif dans le raffinement de ses modes

d'expression en utilisant les outils informatiques. Il sera possible par conséquent de produire le cahier de vendeur et réaliser le plan de la collection dans le respect des règles de l'art: - recherche, analyse et interprétation des courants (couleurs, matières et formes); - conception et dessin d'une griffe; - conception et dessin d'une collection complète de vêtements; - présentation devant un jury; - correction et raffinement de la démarche globale et des dessins de présentation en fonction des critiques et des suggestions des experts; - réalisation du dessin assisté par ordinateur et utilisation des techniques de pointe en illustration et en communication visuelle.

Modalité d'enseignement

Application de travail en équipe. Séminaires critiques faisant appel à divers spécialistes. Exercices dirigés et travaux pratiques.

Conditions d'accès

Ce cours doit être suivi la même année que le cours MOD6470.

Préalables académiques

MOD3000 Recherche de matières, de thématiques et de tendances ;
MOD4420 Stage en design et stylisme de mode

MOD5511 Stage en gestion industrielle dans l'industrie manufacturière de mode

À la fin de ce cours, l'étudiant devrait être en mesure: - d'appliquer et tester ses connaissances et habiletés en gestion industrielle de la mode dans une situation professionnelle réelle; - de démontrer sa créativité, ses facultés d'observation, son sens critique, son sens des responsabilités, et ses capacités de communication au sein d'équipes de travail; - de préciser son plan de carrière et de favoriser son embauche éventuelle; - planifier et contrôler la réalisation du stage en fonction des objectifs, des décisions et des données du projet initial de l'étudiant; - réaliser un projet ou des travaux suffisamment importants et de bonne qualité dans le champ de sa spécialisation; - participer activement et de manière structurée aux différentes fonctions qui lui sont assignées en stage; - appliquer des normes de qualité dans le développement d'une production sérielle, en conformité avec les conditions de l'entreprise d'attache; - appliquer des règles d'éthique professionnelle; - rédiger et présenter un rapport structuré, détaillé et complet du stage, avec évaluation externe; - évaluer les ressources investies en termes de temps, d'activités de recherche, de participation aux opérations de la firme et d'autres activités et travaux; - évaluer les ressources et autres apports du milieu du stage ainsi que de l'ESMM et de l'usage qui en a été fait; - participer à des ateliers de groupe et réaliser des travaux individuels sur les rapports préliminaires au stage; - faire la synthèse des procédés et des méthodes de travail acquis lors du stage et de leurs applications ou de leurs transferts possibles dans des cheminements professionnels futurs.

Modalité d'enseignement

Rencontrer son titulaire individuellement.

Conditions d'accès

Avoir réussi 36 crédits et avoir maintenu une moyenne cumulative de 2,5/4,3.

Préalables académiques

MOD3560 Technologie et équipement dans l'industrie manufacturière de mode ; MOD3565 Planification et contrôle de la production et des stocks dans l'industrie manufacturière de mode ; MOD3570 Étude du travail et aménagement dans l'industrie manufacturière de mode ; MOD4530 Logiciels et progiciels propres à l'industrie manufacturière de mode

MOD5535 Gestion intégrale de la qualité dans l'industrie manufacturière de mode

À la fin de ce cours, l'étudiant devrait être en mesure d'appliquer les

principes et les méthodes de gestion intégrale de la qualité dans la fabrication des produits et les services à la clientèle d'une entreprise manufacturière de mode. Présentation des modèles de gestion intégrale de la qualité. Analyse des principes de la gestion intégrale de la qualité. Élaboration d'une structure organisationnelle et administrative de la fonction qualité dans l'entreprise: direction du personnel, cercles de qualité, gestion participative et gestion du changement. Application des outils d'amélioration de la qualité: systèmes d'évaluation statistiques et autres, méthodes de traitement des problèmes. Élaboration des stratégies d'implantation d'un système de qualité totale. Description des méthodes récentes et certification (6-Sigma, ISO, Benchmarking, etc.).

Préalables académiques

MOD2550 Gestion de la production et des opérations dans l'entreprise de mode

MOD5640 Méthodes et processus de distribution

Ce cours vise à rendre l'étudiant apte à analyser les méthodes et les processus de distribution en fonction des stratégies de marketing de l'entreprise et de l'environnement, pouvoir restructurer les canaux de distribution d'une entreprise en fonction des besoins et des stratégies de celle-ci. Étude des canaux de distribution de la mode à chaque étape et pour l'ensemble du processus. Analyse organisationnelle des interrelations de chaque étape et des éléments qui la composent avec le système général de distribution. Recherche sur les contraintes du commerce international et modèles de décision liés aux variations qu'elles entraînent sur la configuration des canaux de distribution de la mode. Exercices pratiques.

Préalables académiques

MOD1620 Introduction au marketing et au commerce de la mode

MOD5650 Publicité et relations publiques

Ce cours vise à rendre l'étudiant apte à concevoir et planifier des modèles de communications internes et externes, des campagnes de publicité et des programmes ad hoc de relations publiques. Étude des types de publicité et de relations publiques dans le secteur de la mode, en identifiant leurs médias, leurs agents et leurs principales étapes opérationnelles. Définition de l'axe de communication visant un concept, une tendance ou un produit de mode donnés, en fonction d'un marché-cible et d'une entreprise-type également déterminés. Élaboration et planification des budgets, des choix des médias et des agents, des contenus et de leurs modes de présentation, de même que des événements spéciaux. Simulation d'un plan de communication élaboré en situation de crise: étude de cas et solution de problèmes («damage control»). Exercices pratiques et jeux de rôles.

Préalables académiques

MOD1620 Introduction au marketing et au commerce de la mode

MOD5660 Stratégies de marketing de la mode

Ce cours vise à donner à l'étudiant l'opportunité de développer une pensée stratégique commerciale cohérente à ses actions. Dans le cadre de ce cours, l'étudiant intégrera les concepts de commercialisation vus au cours du programme dans un tout cohérent et stratégique à l'aide d'analyses de cas dans le domaine de la mode. L'étudiant sera apte à développer et critiquer les pratiques commerciales actuellement courantes dans le domaine de la mode et à formuler des alternatives plus efficaces et plus efficaces. L'étudiant sera aussi capable d'articuler un plan de marketing cohérent et réaliste pour une entreprise de mode. - Intégration des principales décisions stratégiques dans le domaine de la commercialisation de la mode: prix, distribution, produit, communication, recherche commerciale, positionnement, identification de niche, etc. - Présentation des principales stratégies commerciales utilisées dans le domaine de la mode: stratégies défensives, offensives, de niche. - Élaboration et

critique de plans de marketing. - La présentation de la matière reposera sur la méthode de l'analyse de cas. - Les étudiants se constitueront en équipe de travail et ils devront débattre en classe du bien fondé de leurs recommandations.

Préalables académiques

MOD2630 Approvisionnements; MOD3630 Développement des produits de mode et gestion des ventes ou MOD2850 ; MOD3640 Recherches en marketing de mode; MOD3660 Éthique commerciale et consommateurs; MOD5640 Méthodes et processus de distribution; MOD5650 Publicité et relations publiques; MOD6630 Commerce international de la mode

MOD6470 Projet de fin d'études en design

Ce cours vise à rendre l'étudiant apte à réaliser en équipe le design d'une collection complète de vêtements, en tenant compte de tous les facteurs et paramètres essentiels, faire la synthèse de son cheminement dans le programme, en regard des objectifs professionnels. - Planification des étapes du développement d'une collection en fonction de paramètres précis de conception, de présentation, de production, de budget, de marketing et de rendement. - Application intégrée des notions, des théories, des technologies et des habiletés acquises en classe, en atelier et en stage. - Utilisation rationnelle des données, des environnements et des équipements disponibles. - Analyse et réalisation des étapes de la prise de décision sur le choix de thématiques, de matériaux, de composants et de styles de vêtements devant faire partie d'une même collection. - Analyse du système de production et évaluation de son efficacité. - Variation des paramètres, ajustement et adaptation du projet aux conditions de l'entreprise. - Planification, programmation et budgétisation des opérations d'interface entre le design, la production et la mise en marché de la collection. - Réalisation et présentation tridimensionnelle du projet devant un jury d'experts. - Pratique intensive du travail en équipe.

Modalité d'enseignement

Ce projet devrait être réalisé en équipe multidisciplinaire, conjointement avec les finissants des options en gestion industrielle et en commercialisation de la mode.

Conditions d'accès

Avoir réussi 75 crédits du programme et avoir maintenu une moyenne cumulative de 2,8. Ce cours doit être suivi la même année que le cours MOD5445.

Préalables académiques

MOD5445 Prospective, recherche-crédation et informatisation de la collection complète de vêtements

MOD6500 Stratégie manufacturière en mode

À la fin de ce cours, l'étudiant devrait être en mesure: d'analyser les liens entre la stratégie d'entreprise et la stratégie d'opérations dans le contexte du secteur de la mode des années 2000; d'élaborer une stratégie manufacturière qui supporte et/ou influence les choix stratégiques de l'entreprise (gamme de produits, marché visé, approche concurrentielle). Connaître les principaux concepts et éléments de stratégie manufacturière. Approfondir ses connaissances des concepts inhérents à la gestion manufacturière. Analyser les pratiques de pointe en gestion manufacturière de mode. Comprendre en quoi consiste une stratégie manufacturière et comment elle peut être formulée et appliquée.

Préalables académiques

MOD5511 Stage en gestion industrielle dans l'industrie manufacturière de mode ; MOD5535 Gestion intégrale de la qualité dans l'industrie manufacturière de mode

MOD657X Projet de fin d'études en gestion industrielle de la mode

Ce cours devra répondre à différents objectifs. Il pourra, selon le projet présenté, viser à rendre l'étudiant apte à réaliser un projet d'envergure intégrant et mettant, en évidence ses acquis en stratégie manufacturière et industrielle de la mode, faire la synthèse de son cheminement dans le programme, selon les objectifs professionnels visés. Plusieurs projets sont admissibles, par exemple : projet «désigner», projet «plan d'affaires», projet «recherche». Nonobstant l'option retenue: utiliser les principaux outils utilisés en gestion de projet (CPM, PERT, Diagramme de Gantt) ; analyser des ressources et compétences de l'entreprise. Planifier les ressources humaines, matérielles, technologiques et financières nécessaires à un projet : déterminer les coûts d'un projet; présenter une offre (interne et externe) pour la mise sur pied d'un projet; contrôler un projet : temps, ressources; rédiger des rapports de gestion sur l'évolution du projet; utiliser un logiciel courant de planification et gestion de projet. Ce cours devrait être réalisé en équipe multidisciplinaire, conjointement avec les finissants des options en design/stylisme et en commercialisation de la mode.

Conditions d'accès

Avoir réussi 75 crédits du programme et avoir maintenu une moyenne cumulative de 2,8/4,3.

Préalables académiques

MOD5511 Stage en gestion industrielle dans l'industrie manufacturière de mode

MOD6630 Commerce international de la mode

Ce cours vise à rendre l'étudiant apte à identifier et situer les paramètres de base du commerce international de la mode, situer les blocs commerciaux et en identifier les caractéristiques, de même que celles des institutions et des principaux acteurs qui s'y rattachent. Étude de l'environnement du commerce international de la mode. Étude des structures de distribution et des principes sous-jacents des grandes entreprises de mode évoluant à l'échelle internationale. Capacité concurrentielle, coût unitaire de la main-d'oeuvre, prix et tarifs, capacité d'absorption, taux de change. Étude des stratégies générales visant à pénétrer et à étendre les marchés extérieurs de la mode québécoise et canadienne: étude de cas.

Préalables académiques

MOD1620 Introduction au marketing et au commerce de la mode

MOD667X Projet de fin d'études en commercialisation de la mode

Ce cours devra répondre à différents objectifs. Il pourra, selon le projet présenté, viser à rendre l'étudiant apte à réaliser un projet d'envergure intégrant et mettant, en évidence ses acquis en stratégie manufacturière et industrielle de la mode, faire la synthèse de son cheminement dans le programme, selon les objectifs professionnels visés. Plusieurs projets sont admissibles, par exemple : projet «désigner», projet «plan d'affaires», projet «recherche». Nonobstant l'option retenue: - utiliser les principaux outils utilisés en gestion de projet (CPM, PERT, Diagramme de Gantt); - analyser des ressources et compétences de l'entreprise. Planifier les ressources humaines, matérielles, technologiques et financières nécessaires à un projet : - déterminer les coûts d'un projet; - présenter une offre (interne et externe) pour la mise sur pied d'un projet; - contrôler un projet : temps, ressources; rédiger des rapports de gestion sur l'évolution du projet; - utiliser un logiciel courant de planification et gestion de projet. Ce cours devrait être réalisé en équipe multidisciplinaire, conjointement avec les finissants des options en design/stylisme et en commercialisation de la mode.

Conditions d'accès

Avoir réussi 75 crédits du programme et avoir maintenu une moyenne cumulative de 2,8/4,3.

Préalables académiques

MOD4620 Stage en commercialisation de la mode

ORH1600 Introduction à la gestion des ressources humaines

Ce cours sert à présenter à l'étudiant les fondements de la gestion des ressources humaines dans les organisations et à le familiariser avec les rôles, les responsabilités et les principales activités de gestion des ressources humaines: recrutement, sélection, évaluation du rendement, rémunération, organisation du travail, santé/sécurité, relations du travail et planification. On y favorise une approche systémique encourageant l'étudiant à tenir compte des facteurs de l'environnement local, et parfois même international, dans le choix des activités en gestion des ressources humaines. Ce cours implique une utilisation intensive des technologies d'information et de communication. L'étudiant doit prévoir l'accès à un micro-ordinateur et à Internet.

ORH1620 Administration des lois du travail

Ce cours sert à faire connaître les lois relatives aux rapports individuels et collectifs du travail et leur influence sur la gestion des ressources humaines, sur les relations du travail et sur la stratégie de l'organisation; à faire connaître la juridiction et le fonctionnement des organismes judiciaires et administratifs habilités à interpréter et à appliquer les lois du travail. L'étudiant apprendra les sources du droit du travail: éléments de compétence constitutionnelle, les normes du travail, contrat individuel de travail et convention collective; accréditation; contraintes relatives à la négociation collective; règlement des griefs et des différends; convention collective; cadre législatif particulier aux secteurs public et parapublic.

SCO1002 Comptabilité et financement de la PME

Ce cours vise à rendre l'étudiant apte à appliquer les notions, les principes et les méthodes comptables de base à la gestion budgétaire et financière d'une PME, identifier les types d'actifs à financer et analyser les modes et les conditions de financement disponibles pour ce type d'entreprise, appliquer les concepts et les méthodes de capitalisation et d'investissement au financement des actifs, maîtriser les notions de gestion du fonds de roulement. Étude de la comptabilité générale appliquée à une PME-type en mode: principes et postulats de base; postes-clés du bilan et états financiers; contrôle budgétaire. Étude des principes, des objets et des méthodes de gestion financière dans une entreprise de mode. Simulation de la gestion budgétaire et financière, de même que du financement des actifs, d'une PME en mode: études de cas et résolution de problèmes. Séances d'exercices.

SCO2002 Comptabilité de management (industrie et commerce de la mode)

Ce cours a été conçu pour initier les étudiants à la comptabilité de management, notamment à la fonction utile que celle-ci remplit dans une organisation, principalement comme aide à la décision. Il s'agit en même temps d'une initiation au rôle et à l'intervention des comptables en management dans les organisations du secteur de la mode. Le cours présente trois types d'outils aux étudiants gestionnaires d'aujourd'hui: des outils de base pour établir les coûts, des outils d'aide à la prise de décision pour évaluer des projets à court ou à long terme, et un aperçu des pratiques de pointe en comptabilité de management pour aider les organisations du secteur de la mode à être hautement performantes et à prendre des décisions stratégiques. - La comptabilité de management, le milieu des affaires et la classification des coûts. - La conception de systèmes de coûts rationnels. - Le processus budgétaire. - Le coût de revient standard. - Le comportement des coûts et la relation coût-volume-bénéfice. - Les éléments pertinents pour la prise de décision. - L'analyse des projets d'investissement. - La décentralisation, les prix de cession interne et l'évaluation de la performance. - La stratégie et les pratiques de pointe.

Préalables académiques

CONCENTRATION : DESIGN ET STYLISME DE MODE (7581) - GRILLE DE CHEMINEMENT / 6 TRIMESTRES

Les étudiants ayant réussi un DEC en mode se voient reconnaître un certain nombre de crédits universitaires, conformément au Règlement des études de 1er cycle pour les cours correspondant aux cours suivants (ou à leurs équivalents) : MOD1430 - Introduction au design de la mode; MOD2400 - Fibres et textiles. Les étudiants d'autres provenances pourront, après l'étude de leur dossier, se voir imposer par le comité de sélection des candidatures de suivre certains de ces cours ou des cours équivalents au niveau du DEC en mode ou du baccalauréat en gestion et design de mode.

1 A (15)	DGR2212 Rang 1	MOD1101 Rang 2	MOD1460* Rangs 3-4	MOD1620 Rang 5	
2 H (15)	MOD2555 Rang 6	MOD2450* Rang 7	MOD2460 Rang 8	MOD2550 Rang 9	MOD4460 Rang 10
3 A (15)	MOD2200 Rang 11	HAR3680 Rang 12	MOD3450 Rang 13	AU CHOIX: MOD5535 Rang 14	MOD1850 Rang 15
4 H (12)	MOD4420 Rangs 16-17-18	Cours optionnel sigé autre que MOD Rang 19			
5 A (12)	MOD6630 Rang 20	HAR3705 Rang 21	MOD5445 (À SUIVRE DURANT LA MÊME ANNÉE QUE MOD6470) Rangs 22-23	MOD1430 Rang 24	SCO1002 Rang 25
6 H (12)	DES6440 Rang 26	MOD6470(À SUIVRE DURANT LA MÊME ANNÉE QUE MOD5445) Rangs 27-28	MOD3300 Rang 29	MOD2400 Rang 30	

Répartition des crédits :

- Tronc commun: Introduction 9 crédits

- Cours de concentration : 45 crédits

Intégration académique et professionnelle 6 crédits

Management 9 crédits

Culture et communication 9 crédits

- Blocs complémentaires : Gestion industrielle 6 crédits

Commercialisation 3 crédits

TOTAL: 90 crédits

Afin de faciliter vos études au sein du programme, assurez-vous de suivre au minimum les cours avec * au trimestre proposé.

CONCENTRATION : COMMERCIALISATION DE LA MODE (7582)

1 A (15)	MOD1101 Rang 1	MOD1430 Rang 2	MOD1620* Rang 3	MOD1850 Rang 4	SCO1002 Rang 5
2 H (15)	MAT2080* Rang 6	MOD2630 Rang 7	MOD2550 Rang 8	MOD3300 Rang 9	MOD3660 Rang 10
3 A (15)	MET1301 Rang 11	MOD3000 Rang 12	MOD3640 Rang 13	MOD5650 Rang 14	MOD5640 Rang 15
4 H (15)	MOD2400 Rang 16	MOD2301 Rang 17	MOD4620 Rangs 18-19-20		
5 A (15)	AU CHOIX: HAR3680 ou HAR3705 Rang 21	MOD2200 Rang 22	AU CHOIX: MOD3560 ou MOD5535 Rang 23	MOD6630 Rang 24	Optionnel siglé autre que MOD Rangs 25
6 H (15)	MOD1300 Rang 26	MOD5660 Rang 27	MOD667X Rangs 28-29	SCO2002 Rang 30	

* Les nouveaux étudiants admis en janvier doivent, de plus, suivre le cours MAT2080 à l'été précédant le cours MOD3640.

Répartition des crédits :

- Tronc commun: Intégration académique et professionnelle 6 crédits

Management 9 crédits

Culture et communication 12 crédits

- Cours de concentration : 48 crédits

- Blocs complémentaires : Gestion industrielle 6 crédits

Design 6 crédits

Cours optionnels autre que MOD 3 crédits

TOTAL : 90 crédits

Afin de faciliter vos études au sein du programme, assurez-vous de suivre au minimum les cours avec * au trimestre proposé.

CONCENTRATION : GESTION INDUSTRIELLE DE LA MODE (7583)

1 A (15)	MET1301* Rang 1	MOD1101 Rang 2	MOD1430 Rang 3	MOD1620 Rang 4	MOD1850 Rang 5
2 H (15)	MAT2080 Rang 6	MOD1300 Rang 7	MOD2550* Rang 8	MOD4530 Rang 9	SCO1002 Rang 10
3 A (15)	MET3220 Rang 11	MOD2200 Rang 12	MOD3560 Rang 13	MOD3565 Rang 14	MOD3570 Rang 15
4 H (15)	MOD2400 Rang 16	MOD2630 Rang 17	MOD5511 Rangs 18-19-20		
5 A (15)	MOD5535 Rang 21	MOD5640 Rang 22	MOD6630 Rang 23	ORH1600 Rang 24	FIN3500 Rangs 25
6 H (15)	SCO2002 Rang 26	MOD6500 Rang 27	MOD657X Rangs 28-29	ORH1620 Rang 30	

Répartition des crédits :

- Tronc commun: Intégration académique et professionnelle 3 crédits

Management 3 crédits

Culture et communication 6 crédits

- Cours de concentration : Gestion 27 crédits

Gestion industrielle «mode» 39 crédits

- Cours complémentaires : Marketing 6 crédits

Design 6 crédits

TOTAL : 90 crédits

Afin de faciliter vos études au sein du programme, assurez-vous de suivre au minimum les cours avec * au trimestre proposé.

N.B. : Le masculin désigne à la fois les hommes et les femmes sans aucune discrimination et dans le seul but d'alléger le texte.

Cet imprimé est publié par le Registrariat. Basé sur les renseignements disponibles le 17/02/17, son contenu est sujet à changement sans préavis.

Version Automne 2017