

Cahier de texte BTS design de mode textile et environnement

1^{ère} année et 2^{ème} année

Ce document est distribué à chaque étudiant en première année afin de comprendre les enjeux du cours et d'en percevoir le déroulement sur deux années.

Le cours de gestion en BTS design de mode textile et environnement lycée La Martinière - Diderot. Professeur Jean-Paul Moiraud.

Les outils du cours :

- Les deux heures de cours hebdomadaire ;
- Le manuel Fontaine - Picard - pochette 700 Florence Blatrix & Jean-Paul Moiraud
- Le blog des cours <http://moiraud.over-blog.com>
- Le cédérom sur le design de mode - Jean-Paul Moiraud
- Polycopié de conseil méthodologique pour les deux années de formation (à conserver précieusement)

1. **Aspect formel** du cours pour le déroulement des deux années.

- Le manuel de cours - Pochette Fontaine Picard N° 700 «*BTS industriel*»
- Le blog complément au cours <http://moiraud.over-blog.com>
- L'ENT de la classe <http://www.affinitiz.com/space/design-mode>
- Le blog des étudiants (pour s'initier à la production numérique et commencer à être présent en ligne)

Un polycopié est distribué aux étudiants pour fixer les modalités de travail pour les deux ans - Polycopié à

Jean-Paul Moiraud - Professeur de gestion
conserver précieusement. La version électronique est déposée
sur l'ENT.

2. Aspect de fond :

Pourquoi faire de la gestion lorsque l'on a choisi un
parcours de design ?

Il est légitime de se poser cette question lorsque l'on
arrive en section design de mode.

Une argumentation synthétique sur les liens étroits
existants entre le design de l'économie-gestion.

Pour illustrer la démonstration les étudiants doivent, pour
le cours suivant, **faire du shopping** (magasinage) mais de
façon professionnelle.

Choisir une thématique (prêt à porter homme, prêt à porter
femme, prêt à porter enfant, sport, lingerie, balnéaire,
chaussant etc.) et déterminer :

Les marques, les grades de qualité, les prix de vente, le
nombre de couleurs, l'origine de fabrication, la nature des
tissus ...

Faire une synthèse des observations.

Lecture commentée du programme de première année. Analyser
la logique du programme et son lien avec les enjeux du
design de mode/textile.

Enjeux de la formation : Obtenir le BTS design de mode.

La gestion à l'examen :

Le stage (coefficient 1) - une partie du rapport de stage
est consacrée à la présentation de l'entreprise dans son
secteur. L'étudiant doit être en capacité de montrer qu'il a
compris les enjeux de gestion dans l'entreprise

L'EPS (coefficient 10)- épreuve professionnelle de synthèse

Partie 1 qu'est ce qu'une entreprise ? Tentative de définition.

Chapitre 1 Travailler dans une entreprise de mode textile - Quelle est la signification .

Mise en évidence du caractère très hétérogène de cette notion. Le monde de la mode et du textile est constitué par des structures simples (jeunes créateurs travaillant seuls) mais aussi par de structures complexes (grands groupes internationaux comme LVMH, PPR, Zannier, Devanlay etc.). Le but du cours est de déterminer les points communs qui unissent ce structures.

- la taille des entreprises ;
- la capacité à réaliser un chiffre d'affaires ;
- le secteur d'activité (le textile est représenté dans le secteur **primaire**, **secondaire** et **tertiaire**) ;
- les fonctions de l'entreprise ;

Point d'analyse formel. La rédaction des travaux, aspects de fond et aspects formels.

Le mode plan et le mode page, l'indexation, la mise au point d'un sommaire, l'insertion d'une image.

Le 04 décembre 2007 mise en application en salle d'informatique des principes évoqués en cours.

Définition de l'entreprise (suite).

Les fonctions des entreprises (production, commerce, marketing, finance, ressources humaines etc.)

- Les facteurs de production

- Le facteur travail
 - o éléments qualitatifs - analyse de fiches métiers désigner textile/designer mode -les compétences requises pour le métier de designer.
 - o Eléments quantitatifs.

Jean-Paul Moiraud - Professeur de gestion

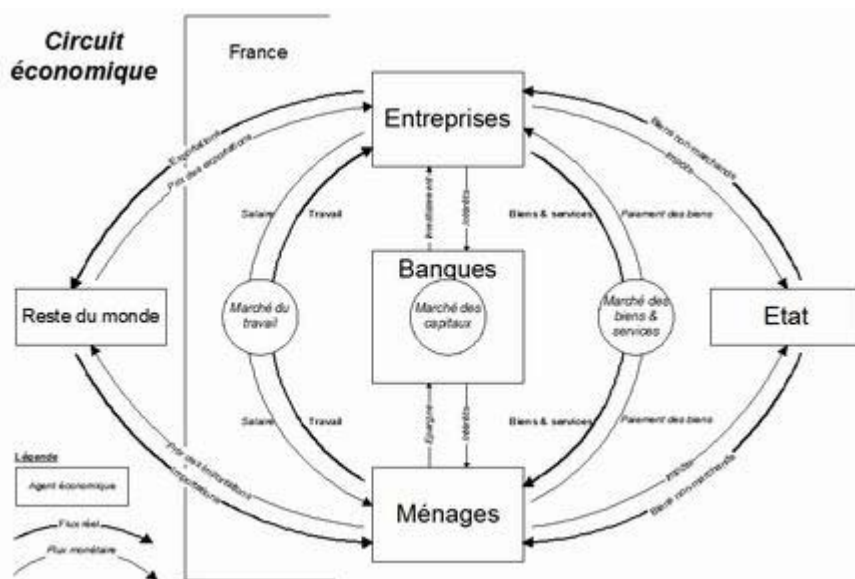
Visualisation d'une fiche métier du FORTHAC et analyse des éléments qualitatifs du métier de designer textile.

- Le facteur capital
 - Le capital circulant - définition - qu'est ce que le capital circulant dans une entreprise mode/textile ?
 - Le capital fixe - définition - qu'est ce que le capital fixe dans une entreprise textile/mode.
- La combinaison des facteurs de production - Analyse comparative entre un bureau de style (service) et une entreprise de tissage (production de biens). Les solutions capital/travail vont varier en fonction des nécessités économiques et structurelles de l'entreprise.

Les agents économiques

- Les entreprises ;
- Les ménages ;
- Les institutions financières ;
- L'administration
- Les économies étrangères

Le circuit économique - Les liens entre les divers agents économiques



Jean-Paul Moiraud - Professeur de gestion

L'entreprise prend en compte son statut juridique, les relations sociales, les aspects commerciaux et marketing.

A FAIRE : Chercher le classement des 100 premières entreprises mondiales (toutes activités confondues), 100 premières mondiales dans le textile, 100 premières européennes, 100 premières françaises.

Ce travail est un travail de synthèse c'est-à-dire qu'il faut faire un plan et analyser les données sous forme de rédaction.

Synthèse sur l'entreprise - Définition de la notion d'entreprise.

Ensemble humain organisé qui combine les facteurs de production pour produire des biens de des services en vue de vendre sur un marché pour réaliser des bénéfices
--

Chapitre 2 les marchés.

Notion essentielle pour les designers mode et textile.

Le métier s'exerce dans une entreprise, il faut créer pour répondre aux demandes du marché.

Une économie (un secteur)largement mondialisé où les marchés dominant.

Définition générale du marché - La demande, l'offre, la fixation des prix.

Le cours est déterminé sur la base d'un parti pris. Faire varier le nombre d'offreurs, considérer que les demandeurs sont très nombreux.

Déterminer trois types de marché :

 Le monopole ;

Jean-Paul Moiraud - Professeur de gestion
Le monopole contraire aux règles de la concurrence. Tendances actuelles à la disparition des monopoles publics (conséquences des réglementations européennes et des règles de l'OMC).

Cas de Microsoft, cas de la Chine pour la production de la soie.

■ l'oligopole ;

Mise en évidence des structures modernes des marchés. Analyse des grands groupes textiles mondiaux - Cas de l'industrie du luxe..

■ le marché de concurrence

Analyse des marchés en situation de concurrence et notamment dans le textile. Mise en évidence des règles actuelles du marché mondial et de ses règles de concurrence - OMC - UE, espaces économiques libéralisés.

Chapitre 3 - La croissance des entreprises, libéralisation des marchés. Textile et mondialisation.

Les entreprises ont pour objectif de se développer, des groupes se constituent. Il est fondamental de connaître les grands groupes du secteur textile.

Cours d'initiation au monde économique de secteur mode / textile.

Notions sur les grands espaces économiques (UE, ALENA etc). Découverte des notions de globalisation et de libéralisation des marchés dans le secteur mode et textile.

Découverte des principes de l'OMC, démantèlement des accords multifibres.

Partie 2 le statut juridique de l'entreprise

Chapitre 1 - Les enjeux de la création d'une entreprise.

Ce premier chapitre répond au besoin de comprendre l'intérêt de définir une structure juridique de l'entreprise. Le droit n'est pas une fin mais un moyen. Il faut donc comprendre

Jean-Paul Moiraud - Professeur de gestion pourquoi le chef d'entreprise est amené à choisir parmi une multitude de statuts juridiques.

Le cours s'appuie sur une réflexion de création d'un cabinet de design - La constitution du projet technique (une entreprise de design n'a pas besoin des mêmes sources pécuniaires qu'une entreprise de tissage par exemple).

Quels seront les enjeux de la protection sociale ? (simulation en ligne du coût de la protection sociale du chef d'entreprise)

Quels seront les enjeux industriels (quel est le prix de vente d'un dessin textile, d'une collection ?) anticiper le CA prévisionnel ?

A partir de ce questionnement il est possible de commencer à réfléchir aux enjeux juridiques de l'entreprise.

Chapitre 2 entreprise individuelle et société

Faire apparaître les distinctions et les enjeux entre ces deux structures.

Entreprise individuelle.

Le discours classique - la responsabilité du chef d'entreprise, l'unicité du patrimoine.

Les évolutions récentes via les lois de modernisation de l'économie - la responsabilité qui peut être limitée, être salarié et chef d'entreprise, le portage salarial.

Les sociétés

- les points communs à toutes les sociétés (associés, capital, limitation de responsabilité, organes de décisions)
- les différentes structures juridiques des sociétés
 - EURL, SARL, SA, SAS

Partie 3 les enjeux commerciaux de l'entreprise

Dans une structure de marchés très concurrentiels comment les entreprises procèdent-elles pour se différencier sur les marchés ?

Jean-Paul Moiraud - Professeur de gestion
Analyse historique - Comment est-on arrivé au développement du marketing ?

Chapitre 1 - L'analyse du couple marché produit

Ce chapitre à pour vocation de définir ce qu'est le marketing, son histoire, sa fonction.

Le marché au sens marketing du terme, les acteurs sur le marché, les données quantitatives et les données qualitatives.

Chapitre 2 le marketing mix (plan demarchéage)

Ce chapitre sera articulé en quatre parties complémentaires

Le produit

Qu'est ce qu'un produit, les caractéristiques du produit (utilité, marque, conditionnement, couleur, cycle de vie). Quelle sera la politique de l'entreprise à l'égard des produits (services) vendus ? Quelles sont les gammes de produits, les lignes développées par l'entreprise. Le cours sera illustré par des exemples tirés du secteur textile et mode.

Le prix

La politique de l'entreprise à l'égard des prix. Une politique de prix est complexe. Comment fixer les prix, quelles sont les différentes façons de fixer les prix en fonctions des différents produits. Produits de grande consommation et produits de luxe, quelle politique appliquer ?

Les prix psychologiques, l'élasticité des prix ou la non élasticité

La distribution

Qu'est ce que la distribution ? Les canaux de distribution, les types de distribution.

La communication

Les politiques de communication des entreprises.

La communication par la publicité

La communication hors publicité

Partie 4 La propriété intellectuelle

Le métier de designer est un métier basé sur la création de l'esprit. Pour résumer, au risque de trahir l'essentiel, designer c'est créer du droit. Cette partie consistera à analyser comment une œuvre de l'esprit peut se protéger par le droit ?

Un cours structuré en deux parties :

Une partie juridique avec les principaux points :

- les marques
- les dessins et modèles
- les brevets
- le droit d'auteur

La partie juridique n'a de sens que si l'on analyse les enjeux stratégiques de l'entreprise c'est-à-dire :

- la politique de l'entreprise pour traquer les contrefacteurs ;
- les politiques budgétaires pour dédier un budget suivi des contrefacteurs ;
- une politique administrative pour suivre les dossiers de maintien des protections
- la politique contractuelle pour la gestion des droits (licence, franchise, droit d'exploitation géographique, temporel)

partie 5 La gestion et le rapport de stage

En cours d'année (dans le courant du mois de mars) un cours sera dispensé sur la réalisation du stage en entreprise. Quelles sont les attentes pour le champ disciplinaire gestion ? Il sera donné un cadrage méthodologique avant le départ en stage. Il me paraît indispensable de donner un ensemble de pistes afin que les étudiants puissent aborder le stage et sa rédaction en ayant des idées précises des attentes pédagogiques de l'enseignant d'économie - gestion. Un article est rédigé en ce sens sur le blog des étudiants de BTS design de mode (A lire donc ...) :

<http://lewebpedagogique.com/designdemodelyon/2008/07/24/rapport-de-stage/>

Partie 6 - Les relations du travail

Sous partie 6.1 Les relations individuelles

Chapitre 1 - Le contrat de travail

Le cdd
Le cdi

Chapitre 2 - La rupture du contrat de travail

Le licenciement pour motif personnel
Le licenciement pour motif économique

Chapitre 3 - Le temps de travail

Chapitre 4 - La rémunération

Sous partie 6.2 Les relations collectives

Partie 7 - les coûts dans l'entreprise

Un cours sur les problèmes analytiques de l'entreprise. Les principales charges, les coûts. Déterminer un coût, les principes du seuil de rentabilité.

Partie 8 - les contrats

Le métier de designer, comme tout autre métier, s'inscrit dans un cadre d'échange. Il est nécessaire de connaître les principes des contrats.

Chapitre 1 - les principes des contrats

Chapitres 2 - L'exécution des contrats

Chapitre 4 - La TVA - Le devis

Chapitre 3 - Les spécificités des contrats de design

Partie 9 - La responsabilité

Les principes de la responsabilité - Un fait, un dommage, un lien de causalité

La responsabilité civile, pénale.

Contrat et responsabilité

Partie 10 - La préparation de l'EPS (épreuve professionnelle de synthèse).

Cette partie ne fait pas l'objet d'un chapitre spécifique, la question sera traitée tout au long de la seconde année