



**BURGUNDY
SCHOOL OF
BUSINESS**

**LEAD
FOR
CHANGE**

| MARKETING



ZOOM SUR...



MARKETING

Parcours

- Stratégie Commerciale

Spécialisations

- Stratégie Commerciale
- Distribution et Achats
- Marketing Produit et Communication
- Communication Événementielle
- Global Marketing 🇬🇧
- Digital Leadership - Campus Lyon 🇬🇧

Master of Science (MSc)

- NEW** • MSc Global Marketing & Luxury Management 🇬🇧
- MSc Digital Leadership - Campus Lyon 🇬🇧

Semestres et Doubles Diplômes à l'international

NOS ENSEIGNANTS



Patrice PICCARDI

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



Mihaela BONESCU

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



Lionel CEVAER

Master ICG Strategic Business
Management Institut Français de Gestion, Paris
lionel.cevaer@bsb-education.com



Stéphanie SIRE

Master in Management Grande Ecole Programme,
Burgundy School of Business, Dijon
stephanie.sire@bsb-education.com



Yann TRUONG

PhD, Doctorat en Marketing de l'Open University (UK)
yann.truong@bsb-education.com

SUCCESS STORIES

— DEMAIN, CE SERA TOI !

DISTRIBUTION ET ACHATS



Julien - BSB'11
*Responsable Développement
Commercial Régional*

CASIO

Tiphaine - BSB'12
Responsable Commercial

La Redoute

Benjamin - BSB'12
Account Manager

MARKETING PRODUIT ET COMMUNICATION

Dior

Julia - BSB'12
Area Retail Manager

CLARINS

Annabelle - BSB'12
Chef de Produit et Communication

SEB

Catherine - BSB'15
Chef de Projet/Produit

GLOBAL MARKETING

AURÉLIE BIDERMANN

Léa - BSB'14
US Retail Coordinator



Amandine - BSB'14
Talent Manager

TÉMOI- GNAGES



Cécile DUCROT-LOCHARD,

promo 1997 - Diplômée du Master Grande École

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

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

D'abord Chargée des partenariats entreprises, je suis devenue Directrice de la philanthropie et responsables des programmes « Luxe & Environnement » J'ai décidé de quitter WWF pour me consacrer à l'écriture, et « Luxe et Développement Durable, la nouvelle Alliance » est sorti en 2011. Dans le même temps, j'ai monté un cabinet de conseil, Citizen Luxury.

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



Nathalie ERPICUM,

Responsable Offre et Achat La Vie Saine

Après mon stage de fin d'études en tant que « chef de secteur chez Miko », j'ai retenu 2 choses : je ne serai jamais commerciale et je ne travaillerai jamais dans la grande distribution. Donc, je me suis orientée vers les achats !

Mon métier ? Apporter la bonne offre aux bons prix à nos clients

Je négocie les meilleures conditions pour proposer des prix de vente attractifs.

Je contribue à la mise en œuvre de la stratégie de l'entreprise via la recherche de fournisseurs locaux, de petits producteurs. »

PARCOURS STRATÉGIE COMMERCIALE

OBJECTIFS

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

CONTENU DU PARCOURS

Le parcours commence au second semestre de 1ère année par des activités complémentaires organisées sur 4 vendredis après-midi, et se poursuit par un séminaire de 3 jours au début du mois de mai, à la fin du semestre.

Le parcours se poursuit au semestre 4 de 2ème année selon le même format : 4 vendredis après-midis et un séminaire de 3 jours au mois de mai.

Ce parcours est réalisé en partenariat avec l'entreprise ALLIANCE en particulier pour le jeu de simulation réalisé lors du séminaire de fin de parcours.

L'objectif de ces séances est de permettre aux participants de découvrir les métiers de la vente et les opportunités de carrière, de mieux maîtriser les

techniques de négociation par la mise en pratique, mais aussi de développer leurs compétences relationnelles.

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

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

le parcours peut se poursuivre par une spécialisation marketing en 3^e année.

CONTACT

Patrice PICCARDI et Mihaela BONESCU
vente@bsb-education.com

Campus Dijon

SPÉCIALISATION STRATÉGIE COMMERCIALE

OBJECTIFS

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

CONTENU DU PROGRAMME

MODULE 1 : RESPONSABLE COMMERCIAL EXPORT

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

MODULE 2 : CHEF DE SECTEUR

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

MODULE 3 : INGÉNIEUR D'AFFAIRES

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

MODULE 4 : LES TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION AVANCÉES

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

Volume horaire total de la spécialisation : 160 heures de cours en face à face.

DÉBOUCHÉS

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

COMPÉTENCES VISÉES

- Connaître et surveiller son marché, ses concurrents, ses produits et ses clients
- Être capable de développer un positionnement différenciant sur le marché
- Connaître et comprendre les outils et techniques de l'information dans le cadre de la communication multicanal
- Rechercher en permanence une relation gagnant/gagnant

LES + DU PROGRAMME

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

CONTACT

Lionel CÉVAËR

lionel.cevaer@bsb-education.com

Campus Dijon

SPÉCIALISATION DISTRIBUTION ET ACHATS

OBJECTIFS

L'objectif est de former les étudiants aux fondamentaux des métiers des réseaux de distribution pour permettre aux meilleurs éléments d'accéder plus rapidement aux fonctions managériales.

CONTENU DU PROGRAMME

MODULE 1 : DIRECTEUR D'ENSEIGNE ET E-COMMERCE

- Identifier les facteurs clés de succès de la distribution
- Diagnostiquer l'environnement de l'enseigne.
- Diagnostiquer la compétitivité de l'enseigne
- Élaborer la stratégie
- Cibler et positionner
- Élaborer le mix marketing de l'enseigne
- Détailler le mix marketing B to C
- Analyser les tableaux de bord de gestion commerciale et identifier des leviers d'actions pour développer le marché

MODULE 2 : ACHETEUR DISTRIBUTION

- Veille et prospection de marché
- Définition de la politique d'achats
- Prospection et consultation de fournisseurs
- Négociation des conditions d'achats
- Gestion des approvisionnements
- Suivi des ventes

MODULE 3 : DÉVELOPPEUR ANIMATEUR DE RÉSEAU DE FRANCHISE

- Contribution à la stratégie de développement de l'enseigne
- Prospection et sélection des candidats
- Recherche des sites de magasins
- Montage du projet de franchise
- Suivi des indicateurs de développement du réseau

MODULE 4 : MANAGER DES VENTES GMS/GSS

- Gestion des achats
- Organisation de la vente
- Animation commerciale du rayon
- Management d'équipe
- Suivi des objectifs commerciaux et résultats

Volume horaire total de la spécialisation : 160 heures de cours en face à face.

DÉBOUCHÉS

- Chef de rayon
- Responsable de Secteur
- Responsable des Ventes
- Category Manager
- Développeur de réseau de franchise
- Acheteur
- Négociateur en Centrale d'Achats
- Merchandiser
- Responsable de marché

COMPÉTENCES VISÉES

- Connaître et surveiller son marché, ses concurrents, ses produits et ses clients
- Être capable de manager une équipe :
 - organiser le travail
 - savoir accompagner
 - fédérer
 - préserver le climat social
 - faire respecter les règles
 - informer
 - déléguer
 - contrôler
 - sanctionner
 - faire évoluer
- Être capable de gérer et d'optimiser son centre de profit
- Être capable d'optimiser la fonction achat, négocier et mettre en œuvre des accords avec la centrale
- Savoir optimiser le marketing mix d'une enseigne de distribution

LES + DU PROGRAMME

- Tous les intervenants ont été dirigeants ou cadres-dirigeants, et ont managé dans la fonction correspondant à leur module
- Chaque module est accompagné d'une mise en situation professionnelle

CONTACT

Lionel CÉVAËR

lionel.cevaer@bsb-education.com

Campus Dijon

SPÉCIALISATION

MARKETING PRODUIT

ET COMMUNICATION

OBJECTIFS

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

CONTENU DU PROGRAMME

MODULE 1 : DIRECTEUR MARKETING

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

MODULE 2 : CHEF DE PRODUIT

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

MODULE 3 : INGÉNIEUR PRODUIT

- Analyse de marché - veille technologique et économique
- Définition et conception du produit
- Développement du produit et interface avec les équipes études, recherche et développement
- Pilotage et accompagnement au lancement commercial

MODULE 4 : COMMUNICATION MULTICANAL

- Définition de la stratégie de communication
- Mise en place de la stratégie de prospection multicanal
- Gestion budgétaire

Volume horaire total de la spécialisation : 180 heures de cours en face à face.

DÉBOUCHÉS

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

COMPÉTENCES VISÉES

- Connaître et surveiller son marché, ses concurrents, ses produits et ses clients
- Être capable de développer un positionnement différenciant sur le marché
- Savoir faire preuve d'initiative, d'innovation et de créativité
- Connaître et savoir utiliser les panels de distributeurs et de consommateurs

LES + DU PROGRAMME

Tous les intervenants de cette spécialisation ont été dirigeants ou cadres-dirigeants, et ont managé dans la fonction du module enseigné.

CONTACT

Lionel CÉVAËR

lionel.cevaer@bsb-education.com

Campus Dijon

SPÉCIALISATION COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE

OBJECTIFS

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

CONTENU DU PROGRAMME

MODULE 1 : LA COMMUNICATION PAR L'ÉVÉNEMENT

- Les fondamentaux de la communication par l'événement
- Le concept de communication
- La scénographie
- La visibilité de l'événement

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

- Les métiers de l'événementiel
- Le droit des contrats
- La responsabilité
- Le management des hommes et de son réseau professionnel

MODULE 3 : LE PROJET ÉVÉNEMENTIEL

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

MODULE 4 : CHAÎNE GRAPHIQUE ET COMMUNICATION DIGITALE

- La chaîne graphique print
- Formation aux logiciels Illustrator, Indesign, Photoshop
- Les fondamentaux de la communication digitale
- Le web design

Volume horaire total de la spécialisation : 160 heures de cours en face à face.

DÉBOUCHÉS

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

COMPÉTENCES VISÉES

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

LES + DU PROGRAMME

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

CONTACT

Stéphanie SIRE

stephanie.sire@bsb-education.com

Campus Dijon

SPECIALISATION

GLOBAL MARKETING

OBJECTIVES

The specialisation equips students with valuable academic and practical skills in the area of Applied Marketing and Negotiation. The goal is to prepare future managers with strong marketing and negotiation skills for the challenges of implementing efficient marketing strategies in the today's evolving and complex business world.

PROGRAMME

BLOCK 1: DIGITAL PROJECT CONSULTING

- Critical issues of e-commerce
- Marketplace business model.
- Consumer centric approach
- Global Trading System

BLOCK 2: INTERNATIONAL MARKETING MANAGEMENT

- Introduction to global marketing
- PBL method

BLOCK 3: GLOBAL MARKETING STRATEGY

- New product development or brand extension
- Strategy formulation
- Marketing Plan and Marketing Mix
- Strategic Marketing plan

BLOCK 4: DETECTING AND IMPLEMENTING BUSINESS OPPORTUNITIES

- International expertise
- Frameworks of International marketing
- Building a marketing policy

BLOCK 5: INTERNATIONAL LUXURY MARKETING

- Introduction to the luxury industry and luxury brand management
- Luxury consumption and cross-cultural differences
- Brand positioning and equity
- Implement international luxury marketing strategies
- Management of luxury brand over geographic boundaries

BLOCK 6: BUSINESS NEGOTIATION

TARGETED JOBS

- Product manager
- Brand manager
- Market researcher
- Marketing manager
- Sales manager
- Account manager...

SKILLS DEVELOPMENT

- Be able to make connections between the above-mentioned models
- Have a pragmatic international business overview
- Build and implement an international marketing policy and succeed in its implementation
- Be acquainted with international financial risk and related management techniques
- Develop abilities as a marketing manager to use societal marketing in day to day operations
- Analyse theoretical marketing concepts and frameworks within a luxury context.

REQUIREMENTS

English language certificate: TOEIC 750 or IELTS 6.5

DISTINCTIVE FEATURES OF THE PROGRAMME

- Strong theoretical knowledge of today's global business environment
- Exposure to key issues in communication in the area of Applied Marketing and Negotiation
- Cutting edge field of expertise: International Luxury Marketing
- Useful tools provided: Excel, financial calculus methods, statistics, market tools, monetary tools, risk calculation, how to deal with crisis/fraud/, building a budget, advisory...

CONTACT

Patrice PICCARDI

patrice.piccardi@bsb-education.com

100% English track
Dijon Campus



SPECIALISATION

DIGITAL LEADERSHIP

OBJECTIVES

The specialisation in Digital Leadership aims to help students acquire the critical skills to navigate in the digital world and seize opportunities for value creation. At the end of the specialisation, students will have obtained advanced skills to either help their future employer take on the challenge of digital transformation or get involved in entrepreneurial ventures.

PROGRAMME

BLOCK 1: CREATIVITY AND INNOVATION MANAGEMENT

- Design thinking
- Management of creativity teams
- Knowledge management
- Strategic management of innovation
- Disruptive innovation theory

BLOCK 2: WRITING BUSINESS PLANS AND PITCH PERFECT

- Structure and elements of a business plan
- Financials in a business plan
- Pitch perfect:
 - Oral expression
 - Theatre play
 - Rhetorical strategies for pitching business ideas

BLOCK 3: MARKETING 3.0 AND THE DIGITAL CONSUMER

- Marketing of innovation
- Marketing on new media
- Consumer behavior in the digital age
- E-commerce in the global marketplace
- The globalization of consumers

BLOCK 4: THE DIGITAL WORLD

- The digitalization of society
- Connected objects
- Smart cities
- Big data
- Futurology of technologies

BLOCK 5: ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND ORGANIZATIONS

- What is AI?
- Basics of AI functioning including algorithms
- Basics of machine learning and deep learning
- The role of data in AI
- Impact of AI on key industries
- Ethical issues with AI in the business environment

Total face to face classes: 160 hours

TARGETED JOBS

- Business founder
- Digital manager
- Digital marketing manager
- Chief digital officer
- Digital business development manager
- Digital brand manager
- Community manager
- Digital innovation manager
- Digital product manager

SKILLS DEVELOPMENT

- Identify the course of technological change in an industry, and assess its impact on the ecosystem
- Analyze the dynamics of social media
- Elaborate a business model for digital projects
- Identify value creation opportunities in a digital environment
- Lead a digital project
- Undertake a market study
- Commercialize an innovation in the target marketplace
- Conduct an independent project in a digital environment

REQUIREMENTS

- English language certificate: TOEIC 750 or IELTS 6.5
- Students should demonstrate a personal interest/experience and/or have a professional project in the sector

DISTINCTIVE FEATURES OF THE PROGRAMME

- Sponsored by the French Tech (GO promoting digital and technological entrepreneurship) and Digital League (GO coordinating digital innovation activities for private and public partners)
- Highly innovative and broad-vision programme contents that have been designed with authoritative experts and companies from the digital world in Europe
- Teaching methods focus on hands-on approach with activities and interactions with experts and entrepreneurs
- The programme provides students with digital management skills that are highly demanded in the job market (community management, digital management, digital marketing, etc.)

CONTACT

Yann TRUONG

yann.truong@bsb-education.com

100% English track
Lyon Campus



MSc

DIGITAL LEADERSHIP

OBJECTIVES

The programme aims to help students acquire the critical skills to navigate in the digital world and seize opportunities for value creation. Upon completion, graduates will gain advanced skills to either help their future employer take on the challenge of digital transformation or to embark upon an entrepreneurial venture. Skills are acquired through a combination of learning-by-doing activities, projects and challenges, whether it be inside or outside the classroom.

PROGRAMME

SEMESTER 1 COURSES

BLOCK 1: CREATIVITY AND INNOVATION MANAGEMENT

- Design thinking
- Management of creativity teams
- Knowledge management
- Strategic management of innovation
- Disruptive innovation theory

BLOCK 2: WRITING BUSINESS PLANS AND PITCH PERFECT

- Structure and elements of a business plan
- Financials in a business plan
- Pitch perfect:
 - Oral expression
 - Theatre play
 - Rhetorical strategies for pitching business ideas

BLOCK 3: MARKETING 3.0 AND THE DIGITAL CONSUMER

- Marketing of innovation
- Marketing on new media
- Consumer behavior in the digital age
- E-commerce in the global marketplace
- The globalization of consumers

BLOCK 4: THE DIGITAL WORLD

- The digitalization of society
- Connected objects
- Smart cities
- Big data
- Futurology of technologies

BLOCK 5: ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND ORGANIZATIONS

- What is AI?
- Basics of AI functioning including algorithms
- Basics of machine learning and deep learning
- The role of data in AI
- Impact of AI on key industries
- Ethical issues with AI in the business environment

SEMESTER 2 COURSES

BLOCK 1: SOCIAL MEDIA AND NEW MEDIA

- Definition of social media
- The impact of social media on social behaviors
- Community management
- Marketing on social media
- Social dynamics on new media

BLOCK 2: FINANCE AND ECONOMICS FOR PROJECT LEADERS

- Break-even analysis
- Financial statement analysis
- Project budgeting
- Project controlling
- Fundraising for new venture
- Enterprise valuation

BLOCK 3: THE DIGITAL PROJECT FIELD WORK

- Creative activities using digital tools
- Creation of a digital object or demo product
- Exploring the digital ecosystems

BLOCK 4: COLLABORATIVE ECONOMY IN THE DIGITAL AGE

- Economics of multi-sided platforms
- Case studies of the major collaborative platform
- Sociological perspectives of collaboration
- The collaborative economy

BLOCK 5: DIGITAL ENTREPRENEURSHIP

- Develop and concept-test the idea
- Design the product
- Develop the product offering
- Complete the business plan
- Secure fundraising
- Commercialize the product

BLOCK 6: BUSINESS GAME SIMULATION

CAREER OPPORTUNITIES

- Business founder
- Digital Manager
- Digital marketing manager
- Chief digital officer
- Digital business development manager
- Digital brand manager
- Community manager
- Digital innovation manager
- And many more...

REQUIREMENTS

- English language certificate: TOEIC 750 or IELTS 6.5
- Students should demonstrate a personal interest/experience and/or have a professional project in the sector
- Interview with the Head of Programme

DISTINCTIVE FEATURES

- Sponsored by the French Tech (GO promoting digital and technological entrepreneurship) and Digital League (GO coordinating digital innovation activities for private and public partners)
- Highly innovative and broad-vision programme contents that have been designed with authoritative experts and companies from the digital world in Europe
- Teaching methods focus on hands-on approach with activities and interactions with experts and entrepreneurs
- The programme provides students with digital management skills that are highly demanded in the job market (community management, digital management, digital marketing, etc.)

CONTACT

Yann TRUONG

yann.truong@bsbeducation.com

100% English track
Lyon Campus



NEW

MSc

GLOBAL MARKETING & LUXURY MANAGEMENT

OBJECTIVES

The MSc in Global Marketing & Luxury Management equips students with valuable academic and practical skills in the area of applied marketing and negotiation.

Through a range of modules, students develop the knowledge and practical applications of marketing and negotiation tools, problem solving and decision-making techniques needed to implement efficient marketing strategies.

Students gain the knowledge and know-how needed to take up national or global marketing, managerial or business development positions.

A strong focus on Luxury and Premium sector enable students to study «best of class» marketing strategies.

PROGRAMME

SEMESTER 1 COURSES

BLOCK 1: DIGITAL PROJECT CONSULTING

- Critical issues of e-commerce
- Marketplace business model.
- Consumer centric approach
- Global Trading System

BLOCK 2: INTERNATIONAL MARKETING MANAGEMENT

- Introduction to global marketing
- PBL method

BLOCK 3: GLOBAL MARKETING STRATEGY

- New product development or brand extension
- Strategy formulation
- Marketing Plan and Marketing Mix
- Strategic Marketing plan

BLOCK 4: DETECTING AND IMPLEMENTING BUSINESS OPPORTUNITIES

- International expertise
- Frameworks of International marketing
- Building a marketing policy

BLOCK 5: INTERNATIONAL LUXURY MARKETING

- Introduction to the luxury industry and luxury brand management
- Luxury consumption and cross-cultural differences
- Brand positioning and equity
- Implement international luxury marketing strategies
- Management of luxury brand over geographic boundaries

BLOCK 6: BUSINESS NEGOTIATION

SEMESTER 2 COURSES

BLOCK 1: REINVENTING LUXURY

- Disruptions to Luxury Fundamentals
- Role of Digitalization
- Social and Political Impacts
- Relevant Cutting age Technologies to luxury

BLOCK 2: LUXURY ENTREPRENEUSHIP

- Luxury Business Plan competition
- Pitch a Premium or Luxury biz idea in front of a professional panel in Monaco

BLOCK 3: BUSINESS CASES

- Analyse of specific success stories in Luxury Industry

BLOCK 4: INTERNATIONAL NEGOTIATION

- Knowledge of cross cultural rules in negotiation
- Stratégies in international business

BLOCK 5: INTERNATIONAL BUSINESS PROJECT

CAREER OPPORTUNITIES

The MSc provides students with the knowledge and know-how they will need to take up managerial positions and implement efficient marketing strategies:

- Product / brand manager
- Market researcher
- Marketing manager
- Sales manager
- Account manager
- Or one of many other international positions

REQUIREMENTS

- English language certificate: TOEIC 750 or IELTS 6.5
- Interview with the Head of Programme

DISTINCTIVE FEATURES

- Strong theoretical knowledge of today's global business environment, combined with Business development practical management skills, such as problem-solving skills and decision making techniques
- Exposure to key issues in communication in the area of applied marketing and negotiation
- Cutting edge fields of expertise: Luxury Marketing, Marketing Connected Objects, etc.
- An Applied Business Experience (Consultancy projects)
- A multicultural group which allows students to develop specific skills in intercultural negotiation

CONTACT

Patrice PICCARDI

patrice.piccardi@bsb-education.com

100% English track
Dijon Campus





SEMESTRES ET DOUBLES DIPLÔMES À L'INTERNATIONAL

**DÉCOUVRIR UN SECTEUR
ET/OU VOUS SPÉCIALISER
À L'INTERNATIONAL (EXTRAIT)**

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



SEMESTRES À L'INTERNATIONAL (SEMESTRE 3 OU 4)

- Luxury Marketing, Curtin University - Perth, Australia
- Sport Marketing, Oklahoma State University, USA
- Sport Marketing, Ohio University, USA
- International Marketing, University of Warwick - Coventry, United Kingdom

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

- Tourism Marketing, Universidad de Cantabria - Spain
- Digital Marketing, Estonian Business School - Tallinn, Estonie

DOUBLES DIPLOMES

MASTER IN FASHION AND LUXURY MANAGEMENT

LUISS BUSINESS SCHOOL - ROME, ITALY

LANGUAGE OF INSTRUCTION

- English

PROGRAMME DESCRIPTION

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

PROGRAMME STRUCTURE

- **Trimestre I (septembre à décembre)**
 - Strategy
 - Marketing Management
 - Accounting and Performance Measurement
 - Financial Management
 - Branding
 - Supporting Functions & Supporting Systems
 - Talent Management & Organisation
 - Operations & Supply Chain Management

- **Trimesters II & III – Major in Fashion**

- Business Models in the Fashion Industries
- Product & Merchandising
- Brand Strategies in the Fashion Industries
- Management Control
- Communication
- Fashion law
- Organisation & People Management in Fashion Firms Distribution
- Fashion History
- Labs
- Project work

OR

- **Trimesters II & III – Major in Luxury**

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

REQUIREMENTS

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

MASTER OF SCIENCE (MSc) DIGITAL MARKETING

NORTHUMBRIA UNIVERSITY - NEWCASTLE, UNITED KINGDOM

LANGUAGE OF INSTRUCTION

- English

PROGRAMME DESCRIPTION

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

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

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

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

PROGRAMME STRUCTURE

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

- **Semester 1: Core Curriculum Course**
 - Developing Global Management Competencies I
 - Strategic Marketing in the Digital Era
 - The Digital Customer Journey : Data, Profiling and CRM

- **Semester 1 et 2: Core Curriculum Course**
 - Academic and Professional Development
 - Dissertation preparation and Research Methods

- **Semester 2: Core Curriculum Course**
 - Developing Global Management Competencies II
 - Digital Campaign Management and Media
 - Marketing Metrics and Analysis

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

REQUIREMENTS

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

MASTER OF SCIENCE (MSc) MARKETING

UMEÅ UNIVERSITY - SWEDEN

LANGUAGE OF INSTRUCTION

- English

PROGRAMME DESCRIPTION

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

PROGRAMME STRUCTURE

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

- **Semester 1: Core Curriculum Course that constitutes the module «Consumer Behavior, Market Analysis and Strategic Decision Making»**

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

- **Semester 2 : 1 or 2 electives to follow among (for example)**

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

- **Semester 2: Master's thesis**

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

SPECIFICITIES OF THE PROGRAMME

- **Prerequisites**

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

REQUIREMENTS

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

SE SPÉCIALISER À BSB

- FINANCE COMPTABILITÉ
AUDIT EXPERTISE CONSEIL
- MARKETING
- MANAGEMENT DES ARTS ET DE LA CULTURE
- ENTREPRENEURIAT ET INNOVATION
- MANAGEMENT DES HOMMES ET DES ORGANISATIONS
- WINE & SPIRITS MANAGEMENT

CONTACT

Pauline LAPERTOT

Tél. +33 (0) 380 725 866

pauline.lapertot@bsb-education.com

BSB - BURGUNDY SCHOOL OF BUSINESS

29 rue sambin - 21000 Dijon

+33 (0) 380 725 900

contact@bsb-education.com



**LEAD
FOR
CHANGE**

bsb-education.com