

Responsable de la formation
Benoît DELERUE

Gestionnaire de formation

Le design pour se différencier de la concurrence
Le design pour s'inscrire dans l'économie de l'expérience
Le design pour appréhender le digital
Le design pour revoir les méthodes collaboratives

Les cours permettent de découvrir le design appliqué aux sujets abordés dans les formations :

Design pour le produit

Du produit à l'expérience usager

Le design du produit (y compris le design packaging) est prépondérant dans le mix marketing. Il peut représenter un avantage concurrentiel.

Design d'espace

De la déco au design d'espace

Design du parcours clients

Du merchandising au design du parcours client

Engager une démarche « phygitale ».

Design graphique

Design graphique au service du design de marque

Dans une ère de « l'esthétisation du monde » le design permet de créer une esthétique singulière, attribuable à la marque. Le design est une expérience.

Co-design

Le design pour renouveler les pratiques collaboratives

De nouvelles méthodes permettent de favoriser la collaboration entre les parties prenantes des organisations.

Design et digital

Le design pour la matière numérique

La qualité d'un site, en e-commerce ou en conversion, est en grande partie déterminée par son design. Équilibre entre fonctionnalités, parcours usagers, technicité, reconnaissance de la marque...

La problématique du mémoire sera associée au design management et sera définie conjointement (tuteur IAE, apprenant FC). Ce mémoire bénéficiera d'un suivi personnalisé tout au long de la formation. L'apprenant FC pourra décider de rendre ce mémoire en juin ou la première semaine de septembre.

UNIVERSITÉ DE LILLE

Université européenne de référence, reconnue pour l'excellence de sa recherche et de sa formation, l'Université de Lille fait de la réussite étudiante une de ses préoccupations majeures et place l'insertion professionnelle au cœur de son engagement. Adossée à une recherche de pointe, son offre de formation se veut en phase avec les évolutions des mondes socio-économique et socio-professionnel afin de contribuer aux grandes transitions de notre société et préparer chacune et chacun, tout au long de sa vie, aux compétences et métiers de demain.

Composée depuis 2022 de 11 composantes et 4 écoles partenaires : ENSAIT, ENSAPL, ESJ Lille, Sciences Po Lille, l'Université de Lille est un acteur des écosystèmes du territoire par les nombreux partenariats qu'elle noue, au profit de ses étudiants et personnels. Les 6 500 professionnels et intervenants externes qui s'impliquent dans les activités pédagogiques, le développement de chaires et de coopérations pour accompagner les transitions dans toutes leurs formes, sont autant d'exemples de la dynamique engagée.

inspirons demain !

ÉTUDIER À L'IAE LILLE

École de management de l'Université de Lille et membre du réseau IAE France (38 écoles), l'IAE Lille University School of Management combine les avantages d'une école aux valeurs de l'Université. Elle forme des **cadres de haut niveau, rapidement opérationnels et aux carrières évolutives**, dans tous les métiers de l'entreprise (management, gestion, audit, contrôle, comptabilité, finance, RH, communication, commerce, distribution, achats, marketing...).

Elle accueille chaque année plus de 4000 étudiants en alternance, formation initiale ou continue, dans ses parcours de licence, master ou doctorat. Les savoirs diffusés sont enrichis par la recherche appliquée, en relation avec les entreprises, leurs pratiques et leurs objectifs de gestion. Cette étroite collaboration permet une évolution constante de nos formations et un enrichissement permanent de nos compétences.

look beyond

IAE Lille
University school of management
UNIVERSITÉ DE LILLE - IAE FRANCE
www.iaelille.fr | contact@iaelille.fr

Site Vieux-Lille (Siège)
104, avenue du Peuple Belge
59043 Lille Cedex
+33 3 20 12 34 50

Service Communication IAE Lille | Novembre 2023 | Document non contractuel



CERTIFICAT UNIVERSITAIRE
DROIT ECONOMIE GESTION

CU DM
DESIGN
MANAGEMENT



UNIVERSITY
SCHOOL
OF MANAGEMENT

look beyond



CU DM DESIGN MANAGEMENT

Permettre aux managers d'intégrer le design dans leurs entreprises et organisations et, ainsi, contribuer à l'innovation, des produits, des services ou des modes de collaboration

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Plus spécifiquement, le CU permet d'acquérir des connaissances sur les thèmes spécifiques :

DESIGN MANAGEMENT

Découverte des différents designs utilisés au sein des organisations et intégration dans la stratégie de développement de l'entreprise

DESIGN ET MARKETING

Intégrer le design (produit, packaging, services) dans la stratégie et les actions marketing

DESIGN ET EXPÉRIENCE UTILISATEUR

Définir le parcours client,
Améliorer l'expérience par le design,
Du design de services au web design

DESIGN THINKING ET CO-DESIGN

Les nouvelles méthodes inspirées du design pour favoriser l'innovation et le développement des pratiques collaboratives

Permettre au responsable marketing d'une organisation de manager le design au sein de l'entreprise ou de collaborer efficacement avec le design manager :

Culture métier pour comprendre et dialoguer en interne et en externe.

Capacité à choisir un prestataire ou à recruter.

Capacité à assurer une collaboration entre le service marketing et le ou les designers.

Capacité à intégrer le design dans les réflexions stratégiques (cf danish design ladder).

Capacité à intégrer « les designs » dans son management : design produit, design de marque, design d'expérience, design web, design thinking et codesign.

PUBLIC VISÉ

FORMATION CONTINUE

Professionnels, Cadres et assimilés cadres d'entreprises, Chef.es d'entreprises, Cadres de collectivités territoriales, Salariés. Demandeurs d'emploi.

Les secteurs d'activité associés à ces publics sont très variés car la problématique de Design Management peut être déclinée à tous types de contextes.

PRÉ-REQUIS

Licence en management-gestion ou expérience professionnelle en management d'entreprises ou de business units, marketing, développement commercial ou communication.

Possibilité de VAP.

SÉLECTION

Sur dossier puis entretien avec le candidat FC.

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

FONDAMENTAUX DU BRANDING (24h)

- Branding vs marketing
- Marque et identité
- L'empreinte physique et mentale

DESIGN MANAGEMENT (24h)

- Définition et histoire du design
- Du design produit au design thinking
- Design et marques

DESIGN ET EXPÉRIENCE UTILISATEUR (18h)

- Définir le parcours client
- Du parcours à l'expérience
- Design dans une approche phygitale
- Design et performance digitale

DESIGN THINKING ET CO-DESIGN (18h)

- Innover par le design
- Management et pratiques collaboratives

La plupart des cours sont en présentiel mais un module est présenté en blended-learning (cours en présentiel et en distanciel via la plateforme MOODLE).

Un mémoire sur la thématique du Design Management sera également demandé dans le cadre de ce CU.

COMPÉTENCES ATTENDUES

Connaître les différentes applications du design (design produit, design de services, digital design, design thinking...), les expertises associées et les outils employés.

Intégrer ces « designs » au sein de son entreprise ou de son organisation (intégrer le design dans la stratégie, mobiliser les ressources adaptées, évaluer les actions).

Faire évoluer les pratiques collaboratives, dans un processus d'innovation ou de management de projets.