

RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES

CODE ARES	1327
Date dépôt	01/10/2018
Date validation	18/12/2018

MASTER EN SALES MANAGEMENT (EN ALTERNANCE)

FINALITÉ	N.A.	NIVEAU (du Cadre des Certifications)	7
SECTEUR	1. Sciences humaines et sociales	DOMAINE D'ÉTUDES	9. Sciences économiques et de gestion
TYPE	LONG	CYCLE	DEUXIÈME
LANGUE (majoritaire)	FRANÇAIS - ANGLAIS	CRÉDITS	120

A. SPÉCIFICITÉ DE LA FORME D'ENSEIGNEMENT

En vertu du Chap. II Art.4 §3 du décret « Paysage » qui stipule que « par essence, l'enseignement universitaire est fondé sur un **lien étroit entre la recherche scientifique et les matières enseignées** », les universités offrent une formation cohérente à, et par la recherche, soutenant l'acquisition progressive de compétences complexes. Cette spécificité requiert d'inviter les équipes d'enseignants, toutes **actives dans la recherche et reconnues par les communautés scientifiques de référence**, à intervenir aux niveaux 6 (bachelier), 7 (master) et 8 (docteur) du cadre des certifications de l'enseignement supérieur.

Même si l'objectif de l'ensemble des étudiants n'est pas nécessairement de viser le niveau 8 de ce cadre de certification, ils sortiront néanmoins diplômés, aux niveaux 6, 7 ou 8, en ayant progressé sur ce continuum d'enseignement et de recherche qui leur est proposé par les **enseignants-chercheurs** de l'université. Concevoir d'entrée de jeu la formation sous la forme d'un continuum sur deux cycles (niveaux 6 et 7), voire trois (niveau 8), permet aux enseignants d'amener graduellement les étudiants à une maîtrise des savoirs scientifiques et compétences spécifiques - et transversaux - ainsi qu'à une compréhension approfondie des épistémologies sous-jacentes.

Cette formation exige que les enseignants qui l'assument soient formés, dans leur grande majorité, au niveau 8 de ce cadre de certification et **impliqués dans une pratique quotidienne de recherche au sein de laboratoires reconnus par la communauté scientifique**. À ce titre, ils stimulent les mécanismes d'appropriation de la démarche scientifique. Point d'orgue de cette appropriation, **le mémoire incarne l'intégration de compétences complexes en permettant à l'étudiant de prendre part à la création du savoir scientifique**.

Au-delà de la recherche, cette formation de haut niveau permet aux étudiants de faire face à des situations professionnelles complexes, changeantes, incertaines en adoptant une posture inspirée de l'activité de recherche.

Outre les aspects développés dans le cadre des certifications pour les niveaux 6 et 7, l'université veille à développer dans toutes ses formations les compétences suivantes :

- Se construire un bagage méthodologique pertinent dans le champ de la spécialisation théorique, y compris des capacités de création et d'adaptation de modèles, d'instruments ou de procédures ;
- Adopter une approche critique d'un phénomène en mobilisant les modélisations théoriques adéquates ;
- Adopter une approche systémique et globale d'un phénomène : percevoir le contexte et ses enjeux, les différents éléments de la situation, leurs interactions dans une approche dynamique ;
- Synthétiser avec discernement les éléments essentiels d'un phénomène, faire preuve d'abstraction conceptuelle afin de poser un diagnostic basé sur les preuves et de dégager des conclusions pertinentes ;
- Élaborer une démarche rigoureuse d'analyse et de résolution de problématiques incluant traitement de données, interprétation de résultats, formulation de conclusions scientifiques et élaboration de solutions dont la faisabilité et la pertinence sont évaluées ;
- Développer une culture personnelle en épistémologie et histoire de sa discipline ainsi qu'en éthique des sciences, culture indispensable au développement d'une pensée critique et réflexive fondée sur des savoirs qui prennent la science et son développement comme objets.

B. SPÉCIFICITÉ DE LA FORMATION

L'ambition de cette formation est de former des directeurs commerciaux et des entrepreneurs de demain. Il s'agit là d'un investissement matériel et intellectuel utile au développement des entreprises en Communauté française et permettant de plus la mise en œuvre d'innovations pédagogiques.

L'architecture du nouveau programme est une construction permettant à chaque enseignant d'apporter son expertise particulière dans chacun des domaines concernés. Ces compétences spécifiques seront mises en commun dans le cadre plus large d'une approche transversale.

Les compétences acquises par les étudiants seront renforcées par une approche réflexive et systémique permettant de travailler les concepts. Le programme étant dispensé en alternance, les allers-retours entre la mise en pratique et les concepts théoriques enrichiront les apprentissages et le traitement de problématiques spécifiques.

C. COMPÉTENCES VISÉES PAR LA FORMATION

- 1. Établir une stratégie marketing, commerciale et orientée client afin d'optimiser la chaîne de valeurs d'une entreprise, d'une organisation ou d'un projet**
 - » Analyser le contexte des différentes fonctions de l'entreprise
 - » Tenir compte de son contexte économique, géographique, sociologique et concurrentiel
 - » Tenir compte des contraintes légales nationales et internationales qui s'y appliquent
- 2. Mettre en œuvre la gestion commerciale d'une entreprise, d'une organisation ou projet**
 - » Implémenter la stratégie commerciale établie pour l'entreprise, l'organisation ou le projet
 - » Développer une approche holistique, en étant attentif aux interactions entre ses différentes fonctions
 - » Tirer parti des spécificités d'un environnement de plus en plus digitalisé
 - » S'intégrer efficacement dans le travail d'une équipe multidisciplinaire et internationale, notamment dans la position de leader
 - » Analyser les aspects critiques et éthiques de ses pratiques commerciales
- 3. Mettre en œuvre le contrôle de la performance et de la qualité commerciale au sein d'une entreprise, d'une organisation ou d'un projet**
 - » Utiliser les tableaux de bord adaptés
- 4. Communiquer efficacement au sujet de son entreprise, de son organisation ou de son projet, tant en interne qu'en externe**
 - » S'exprimer dans au moins trois langues, dont l'anglais (minimum B2)
 - » Tenir compte dans ses communications des spécificités d'un environnement multiculturel et international
 - » Mobiliser les attitudes et compétences relationnelles et les techniques de communication/animation adéquates
- 5. Adapter ses pratiques managériales aux besoins d'un monde en constante évolution**
 - » Identifier les enjeux sociétaux, économiques, politiques et environnementaux liés à son contexte et ses pratiques
 - » Mettre en pratique dans ses analyses un recul critique basé sur une rigueur scientifique de niveau universitaire
 - » Utiliser des techniques de créativité
 - » Développer son expertise dans une logique de formation continuée