

# MASTER COMMERCE ET DISTRIBUTION

## Résumé du référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

### 1. Référentiel d'activités

- Réalisation d'un commerce phygital répondant aux enjeux de transformation majeure en cours du secteur d'activité
- Mise en place d'une expérience d'achat à la fois simplifiée, rationalisée et accélérée par les machines qui permettent de ne pas perdre de temps dans la chaîne logistique de traitement des commandes
- Mise en œuvre d'une relation client personnalisée, efficiente dans la réponse aux désirs de clients grâce aux data et robots
- Mise en place d'une véritable expérience humaine, de contact, de chaleur humaine, et d'une sociabilité exacerbée dans le relationnel avec les clients présents sur les sites

### 2. Référentiel de compétences

- Identifier les usages numériques et les impacts de leur évolution sur le ou les domaines concernés par la mention
- Se servir de façon autonome des outils numériques avancés pour un ou plusieurs métiers ou secteurs de recherche du domaine
- Mobiliser des savoirs hautement spécialisés, dont certains sont à l'avant-garde du savoir dans un domaine de travail ou d'études, comme base d'une pensée originale
- Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou à l'interface de plusieurs domaines
- Résoudre des problèmes pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures et intégrer les savoirs de différents domaines
- Apporter des contributions novatrices dans le cadre d'échanges de haut niveau, et dans des contextes internationaux
- Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte le
- Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande ou d'une situation afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes en respect des évolutions de la réglementation
- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation
- Communiquer à des fins de formation ou de transfert de connaissances, par oral et par écrit, en français et dans au moins une langue étrangère
- Gérer des contextes professionnels ou d'études complexes, imprévisibles et qui nécessitent des approches stratégiques nouvelles
- Prendre des responsabilités pour contribuer aux savoirs et aux pratiques professionnelles et/ou pour réviser la performance stratégique d'une équipe
- Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en œuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif
- Analyser ses actions en situation professionnelle, s'auto-évaluer pour améliorer sa pratique dans le cadre d'une démarche qualité
- Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale.
- Déterminer et mettre en œuvre la stratégie commerciale et promotionnelle de son périmètre
- Développer son commerce en respectant les bases d'optimisation d'un linéaire ainsi que le parcours client et les plans d'implantation
- Gérer les stocks (besoin en approvisionnement et commandes) et les démarques liées au commerce (casse, invendus, vol, sav, perte...)
- Négocier les actions promotionnelles et commerciales
- Gérer les éléments budgétaires des périmètres alloués
- Sélectionner, recruter et intégrer les membres de son équipe
- Coordonner l'organisation du travail des équipes en garantissant productivité et bien être
- Animer et développer les compétences de l'équipe au quotidien

# MASTER COMMERCE ET DISTRIBUTION

- Gérer et superviser la GRH de son équipe (entretien d'activité et de développement ; rémunération...)
- Développer un climat social sain au travers d'une QVT partagée
- Analyser les marchés nationaux et internationaux - Source et négocie sur les marchés internationaux
- Définir la cible de consommateur auquel répond son marché
- Élaborer la stratégie produit de son marché (de la veille, jusqu'à la sortie produit en déterminant le mix)
- Élaborer le plan marketing et coordonne les actions de communication
- Définir et animer une stratégie commerciale phytale on line/off line sans couture
- Définir et animer une stratégie de relation client ATAWAD
- Concevoir les services, le mix produit sur internet, depuis son élaboration (statistiques sur les besoins) à sa conception, et jusqu'à sa communication pour le faire connaître
- Analyser les résultats de trafic, de référencement, de service, de fidélisation
- Proposer des projets de développement intégrant l'intelligence artificielle
- Superviser la planification de l'exploitation du ou des sites logistiques en fonction de l'activité, du parcours client et des canaux de vente (flux internes/externes, commandes spécifiques, retours,)
- Analyser les données d'activité de la structure, du service et identifier des axes d'évolution
- Organiser et coordonner le circuit des informations sur la structure
- Déterminer la meilleure stratégie de plateformes de la structure
- Etablir la stratégie d'accompagnement de la phytalisation (demand SCM, reverse SCM)
- Prospector, récolter des données et informations sur le lieu de vente, par entretien client ou diffusion de questionnaires
- Réaliser une veille concurrentielle, juridique et technologique
- Réaliser des études en choisissant des méthodes et outils d'analyses pertinents et formuler des préconisations

### 3. Référentiel d'évaluation

Les modalités du contrôle permettent de vérifier l'acquisition de l'ensemble des aptitudes, connaissances, compétences et blocs de compétences constitutifs du diplôme. Ces éléments sont appréciés soit par un contrôle continu et régulier, soit par un examen terminal, soit par ces deux modes de contrôle combinés.

Concernant l'évaluation des blocs de compétences, chaque certificateur accrédité met en œuvre les modalités qu'il juge adaptées : rendu de travaux, mise en situation, évaluation de projet, etc. Ces modalités d'évaluation peuvent être adaptées en fonction du chemin d'accès à la certification : formation initiale, VAE, formation continue.

Chaque ensemble d'enseignements a une valeur définie en crédits européens (ECTS). Pour l'obtention du grade de master, une référence commune est fixée correspondant à l'acquisition de 120 ECTS au-delà du grade de licence.