

**Calendrier et plan de suivi des recommandations des experts**

Comme pour le processus d'autoévaluation, le plan de suivi a été rédigé séparément au sein de la Faculté de Solvay Brussels School-Economics and Management, pour les filières de Bachelier et de Master en Sciences économiques et Ingénieur de gestion d'une part, et au sein de la Faculté de Philosophie et Lettres, pour le Master en Gestion culturelle, d'autre part. la structure du document est la suivante :

- Partie A : Faculté Solvay Brussels School of Economics and Management (SBSEM)
- Partie B : Faculté de Philosophie et Lettres



Prof. Didier Viviers,  
 Recteur



Prof. Bruno van Pottelsberghe  
 Doyen de la Faculté Solvay  
 Brussels School of Economics  
 & Management,



Prof. Michèle Galand,  
 Doyenne de la Faculté  
 de Philosophie et  
 Lettres



Prof. Jan Mattijs,  
 Coordonnateur de  
 l'autoévaluation pour la  
 SBSEM

# **PARTIE A**

## **Plan de suivi**

**Sciences économiques et Ingénieur de gestion**

organisé par  
**la Faculté Solvay Brussels School of Economics &  
Management**

## Commentaire général

L'exercice d'évaluation AEQES a renvoyé à la Solvay Brussels School of Economics and Management (SBSEM), faculté d'économie et de gestion de l'Université Libre de Bruxelles, une image intéressante de sa situation. Les réflexions des experts corroborent largement des perceptions internes, avec toutefois des accents propres au périmètre d'évaluation de l'AEQES et aux sensibilités des experts.

Le plan de suivi décliné ci-après s'inscrit dans le cadre d'une stratégie d'ensemble de la SBSEM. Celle-ci prend en compte non seulement les cycles diplômants subventionnés examinés par l'AEQES, mais aussi les formations non-subventionnées (*executive education*) et la recherche. Ce contexte stratégique général comporte également des exigences liées à d'autres systèmes qualité et certifications poursuivies par notre école : EQUIS, AMBA, AACSB, qui sont des « standards industriels » dans le domaine sciences économiques et de gestion.

En dépit des différences de perception qui pourraient résulter de contextes stratégiques différemment perçus, la quasi-totalité des propositions émises par l'AEQES est directement prise en compte dans la stratégie de la faculté, telle qu'elle se dessine à moyen terme en ce début 2015. Une exception est expressément faite concernant le rapprochement *institutionnel* suggéré entre le master en gestion culturelle et la faculté Solvay, auquel les deux facultés concernées n'adhèrent pas. En effet, le réservoir de recrutement du master en gestion culturelle bénéficie de la proximité avec la faculté de Philosophie et Lettres, alors que cette proximité de philosophie, de culture et d'image serait difficile à préserver dans un schéma d'intégration. Ceci n'empêche pas l'approfondissement de liens transversaux existant d'ailleurs déjà (partage de cours et d'enseignants, etc.).

### Stratégies et priorités

Pour expliquer comment les axes prioritaires de la stratégie de la SBSEM s'intègrent avec le rapport final de synthèse de l'AEQES, le plus simple est de partir de la synthèse des recommandations figurant à la page 16 de celui-ci. Cette démarche est préférée à la référence au SWOT qui donnait lieu à une discussion compliquée et peu congruente avec la stratégie réelle.

Les cinq axes ci-dessous sont au cœur de la stratégie de la SBSEM, largement congruents avec les recommandations de l'AEQES, et peuvent faire l'objet d'un suivi dans les formes requises par l'AEQES :

- Axe 1 : Accréditations internationales
- Axe 2 : Profils d'enseignement
- Axe 3 : Mise en place des MOOCS et de formations pédagogiques
- Axe 4 : Stages et insertion professionnelle
- Axe 5 : Consolider et développer la marque académique Solvay

D'autres recommandations seront également suivies sans être incluses dans un axe principal faisant l'objet d'un reporting, soit parce que ce sont des actions de soutien transversales, soit qu'elles ont un niveau de priorité moindre ou font l'objet d'un projet ponctuel. Seuls les points relatifs à la gestion culturelle seront écartés du suivi, pour les raisons évoquées dans les commentaires généraux.

**Tableau 1 : correspondance entre recommandations et prise en compte dans le suivi**

<b>Recommandation (p. 16 du RFS ULB)</b>	<b>Prise en compte</b>
Poursuivre le travail sur les référentiels de compétences et l'alignement des cursus et des approches pédagogiques sur ces référentiels.	Axe 2
Diffuser une information précise sur le niveau d'exigence du programme et s'assurer que cette information est reçue, comprise et assimilée.	Axe 2
S'assurer que tous les étudiants sont parfaitement informés de l'existence des services d'aide à la réussite.	Extension des actions actuelles (point 2.3.6 RAE).
Diversifier les approches pédagogiques dans le but de favoriser l'autonomie des étudiants, d'encourager l'accès direct aux savoirs et, au-delà, d'optimiser l'utilisation des ressources disponibles.	Axes 2 et 3
Intégrer davantage les étudiants dans la définition des modalités et critères d'évaluation.	Axe 2
Faire évoluer les stages au sein des cursus comme une étape d'apprentissage décisive des étudiants et conduisant à associer davantage les professions et le monde de l'entreprise à la formation.	Axe 4
Inviter les enseignants à se coordonner davantage, en s'impliquant dans le processus de définition du référentiel de compétences.	Axe 2
Suivre de près les effets des changements intervenus dans l'organisation du master en Gestion culturelle, afin de clarifier le projet de formation et d'améliorer la coordination pédagogique.	(voir Philo & lettres)
Approfondir toutes les pistes permettant de faire face à l'accroissement du nombre d'étudiants et notamment la piste « numérique », dans le but la fois de faciliter l'apprentissage autonome des étudiants et de réduire la charge d'enseignement en présentiel.	Axe 3
De manière générale, continuer à développer les ressources propres, notamment par le biais des programmes « executive education » et par la recherche de synergies entre programmes subventionnés et programmes autofinancés.	Transversal
Poursuivre les efforts pour rendre les actions toujours plus efficaces en direction de l'environnement et de l'ensemble des parties prenantes	Axe 5
Consolider l'effet de la marque « Solvay », en gardant en ligne de mire les standards internationaux en matière formation et de recherche dans le domaine économie et gestion.	Axe 5
Pour le programme en gestion culturelle, ancrer davantage la formation dans son environnement de proximité tout en l'ouvrant au plan international par des partenariats permettant d'assurer une mobilité étudiante et la réalisation de stages ou projets dans des institutions culturelles de renom.	(voir Philo & lettres)
Consolider les accréditations internationales pour conforter la notoriété de la marque « Solvay » au plan international, mais également pour développer les programmes « exécutive education » et les synergies avec les programmes subsidiés.	Axe 1
S'appuyer sur les systèmes d'information intègres nouvellement installés pour développer des indicateurs de performances (lutte contre l'échec et insertion professionnelle des diplômés notamment) de manière à rendre leur pilotage à la fois plus éclairé et plus réactif.	Transversal
S'interroger sur l'intérêt de maintenir la gestion de deux programmes d'économie et gestion dans deux facultés distinctes et réfléchir aux éventuels changements organisationnels qui permettraient de faire davantage bénéficier le programme en gestion culturelle d'une part des actifs de la marque «Solvay» en matière de management.	Non suivie

**Tableau 2 : Calendrier et plan de suivi des recommandations des experts Sciences économiques et de gestion**

Axe 1 : Accréditations internationales							
Recommandations / Forces	Description des actions	Degré de priorité */**/**	Responsable(s)	Degré de réalisation	Echéance(s)	Résultats attendus	Conditions de réalisation
Accréditations internationales AACSB & EQUIS : Renforcer la vision internationale des programmes de la faculté, indispensable pour une faculté d'économie et de gestion	Etat des lieux des programmes de la faculté ; amélioration des actions de visibilité internationale ; révision des mission, vision, valeurs de la faculté ; mise en place éventuelle de nouvelles pratiques ; etc...	Priorité première	Coordinateurs académiques et administratif pour les accréditations	En cours de réalisation	Avril 2016	AACSB : Accréditation 3 ans EQUIS : renouvellement d'accréditation 5 ans	Stabilisation de l'environnement législatif (décret Marcourt)
Axe 2 : Profils d'enseignement							
Recommandations / Forces	Description des actions	Degré de priorité */**/**	Responsable(s)	Degré de réalisation	Echéance(s)	Résultats attendus	Conditions de réalisation
Poursuivre le travail sur les référentiels de compétences et l'alignement des cursus et des approches pédagogiques sur ces référentiels ; Inviter les enseignants à se coordonner davantage en s'impliquant dans le processus de définition du référentiel de compétences.  Force : mise en place d'un bureau d'appui pédagogique	Définition des objectifs et compétences visés par chacun des programmes de la faculté ; mise en lien de chacune des unités d'enseignement des cursus avec les éléments du profil d'enseignement ; établissement des prérequis du programme de cours au regard du profil d'enseignement.	Priorité première	Directeurs académiques des programmes de masters Responsable du Bureau d'appui pédagogique (conseiller pédagogique de la Faculté)	réalisé	Mars 2014	Entrée des programmes de la faculté dans une approche-programme permettant de mettre en lien les enseignements (et les enseignants) entre eux et avec les objectifs du programme.	

**Axe 3 : Mise en place des MOOCS et de formations pédagogiques**

Recommandations / Forces	Description des actions	Degré de priorité */**/**	Responsable(s)	Degré de réalisation	Echéance(s)	Résultats attendus	Conditions de réalisation
<p>Diversifier les approches pédagogiques dans le but de favoriser l'autonomie des étudiants, d'encourager l'accès direct aux savoirs et, au-delà, d'optimiser l'utilisation des ressources disponibles.</p> <p>Approfondir toutes les pistes permettant de faire face à l'accroissement du nombre d'étudiants et notamment la piste numérique, dans le but, à la fois de faciliter l'apprentissage autonome des étudiants et de réduire la charge d'enseignement en présentiel</p>	<p>Développement et mise en place de MOOCS par les enseignants de la faculté ; organisation d'activités pédagogiques asynchrones ; développement de supports didactiques technologiques ; scénarisation d'enseignements MOOCS.</p>	Priorité première	Responsable du Bureau d'appui pédagogique (conseiller pédagogique de la Faculté)	A réaliser	Lancement du projet en septembre 2015 – échéance en décembre 2016	<p>Augmentation de la visibilité internationale de la qualité pédagogique de la faculté</p> <p>développement des techno-pédagogies au sein de la faculté</p> <p>développement de parcours individualisé d'étudiants grâce à la formule MOOCS</p>	Accord à réaliser avec une plateforme d'hébergement MOOCS
<p>Diversifier les approches pédagogiques dans le but de favoriser l'autonomie des étudiants, d'encourager l'accès direct aux savoirs et, au-delà, d'optimiser l'utilisation des ressources disponibles.</p>	<p>Mise en place de cycle de formations pédagogiques axés sur les méthodes pédagogiques actives ainsi que sur les méthodes d'interaction dans les auditoriums à grand effectif.</p>	Priorité première	Responsable du Bureau d'appui pédagogique (conseiller pédagogique de la Faculté)	réalisé	Depuis septembre 2014	<p>Augmentation des initiatives d'enseignants à la mise en place de dispositifs pédagogiques innovants.</p> <p>Augmentation de la collaboration entre enseignants.</p>	

**Axe 4 : Stages et insertion professionnelle**

Recommandations / Forces	Description des actions	Degré de priorité */**/**	Responsable(s)	Degré de réalisation	Echéance(s)	Résultats attendus	Conditions de réalisation
Faire évoluer les stages au sein des cursus comme une étape d'apprentissage décisive des étudiants et conduisant à associer d'avantage les professions et le monde de l'entreprise à la formation	Identification et mise en place de leviers pour consolider le réseau international : réseau des ambassadeurs, chambres de commerce, succursales des organisations à l'international, etc. Continuer de travailler sur les barrières limitant pour le moment le taux de conversion des demandes de stage en stages.	Priorité première	Internship Manager	Réalisé au niveau national, en cours de réalisation au niveau international	Juin 2016	Systématisation de la demande des étudiants comme option pour l'international. Atteinte du même niveau d'auto-réalisation de l'offre et de la demande à l'international. Atteinte d'un niveau d'internationalisation de plus de 50%. Amélioration continue du degré de conversion des demandes de stages en stages.	Maintien de la législation actuelle indispensable au projet en ce qui concerne les procédures d'étalement (maintien de l'étalement pour motif académique, frais d'inscription inchangés)
S'appuyer sur les systèmes d'information intégrés nouvellement installés pour développer des indicateurs de performance en terme d'insertion professionnelle des diplômés de manière à rendre leur éclairage à la fois plus éclairé et plus réactif	Définition d'un tableau de bord d'indicateurs permettant de mesurer la situation professionnelle des masters, par discipline de diplôme et permettant d'améliorer continuellement en amont la préparation des étudiants au marché. Utilisation des nouvelles plateformes (recrutement Talents, Alumnis, notamment) pour systématiser la collecte de données nécessaire aux analyses.	Priorité première	Career Services Manager	A réaliser	Décembre 2015	Mise en place d'un tableau de bord mesurant l'insertion professionnelle des masters au travers des indicateurs suivant : Durée de recherche du premier emploi, Mode d'accès au premier emploi, Changement d'emploi en 18 mois, Stabilité de l'emploi (CDI, CDD, indépendants, stages, etc.), temps de travail (Temps Plein / Partiel etc.), Catégories professionnelle, Type employeur (secteur, industrie, taille entreprise), Localisation de l'emploi et mobilité, Package salarial, Degré de satisfaction du premier emploi. ET finalement, un indicateur structurel qui est le pourcentage de femmes.	

**Axe 5 : Consolider et développer la marque académique Solvay**

Recommandations / Forces	Description des actions	Degré de priorité */**/**	Responsable(s)	Degré de réalisation	Echéance(s) )	Résultats attendus	Conditions de réalisation
Formaliser la définition de la marque académique Solvay et établir sa stratégie dans un contexte numérique et transmédia.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Documentation de la marque, de ses attributs et de son histoire en lien avec les missions et la vision de la Faculté.</li> <li>2. Formalisation du continuum allant de la promesse de marque aux expériences des publics touchés.</li> <li>3. Définition des conditions de prise de parole, des thématiques et de l'organisation des contenus de marque et de leur production.</li> </ol>	Elevé	Responsables Communication	En cours de lancement	2015-03-31	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prise de conscience interne de l'histoire et des valeurs de la marque</li> <li>- Alignement des manières de présenter la Faculté sur la ligne définie pour la marque académique</li> <li>- Augmentation de l'audience de la marque</li> <li>- Augmentation du trafic qualifié sur les sites de la marque</li> <li>- Interactions plus fréquentes et plus significatives sur les médias sociaux</li> <li>- Augmentation du « earned media » pour la marque notamment par des contenus relayés dans les médias traditionnels</li> </ul>	
Déployer l'infrastructure technique permettant de produire et diffuser des contenus de marque.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Revoir la structuration du domaine Internet solvay.edu pour mieux exposer les univers / domaines d'activité de la marque académique Solvay.</li> <li>2. Réintégrer des contenus et des ressources déployés sur des noms de domaine annexes et hors contrôle de la Faculté.</li> <li>3. Mettre en place les outils et éléments d'infrastructure nécessaires pour gérer en propre les contenus de marque et les sites de l'Ecole. En ce point est compris le redesign intégral du site solvay.edu (à réaliser sans perdre le référencement naturel sur les moteurs de recherche).</li> </ol>	Elevé	Responsables Communication	En cours de lancement	Phase 1 : points 1 et 2 2015-04-30  Phase 2 : point 3  2015-08-31	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mise en place d'une capacité de production de contenus de marque</li> <li>- Organisation de la diffusion des contenus de marque</li> <li>- Exploitation systématique des médias sociaux</li> <li>- Intégration des canaux non numériques de communication et de relations publiques dans un cadre cohérent de communication de la Faculté et de l'Université.</li> </ul>	

<p>Etablir les processus de gestion continue des contenus et de gestion des communautés de marque.</p>	<p>1. Former les équipes internes sur les média sociaux et les outils de publication numérique, en termes fonctionnels autant qu'en termes d'usages et de pratiques.  2. Définir ensemble et mettre en application une séquence de publication et de réutilisation des contenus entre canaux.  3. Gérer de manière intégrée l'éditorial online et print sur tous les canaux de la Faculté, notamment en organisant une revue périodique conjointe du calendrier éditorial par un référent dans chaque domaine d'activité de la Faculté (BA-MA, recherche, MBA, Advanced Masters, Executive Education, Corporate Alliances, Academic Alliances / International Relations, Career Services...)  4. Mettre en place un processus de mesure d'impact et de rétroaction sur le calendrier éditorial pour mieux alimenter les audiences en contenus pertinents pour elles et utiles pour la marque de l'Ecole.</p>	<p>Elevé</p>	<p>Responsables Communication</p>	<p>En cours de lancement</p>	<p>Point 1 : 2015-03-15  Point 2 : 2015-04-30  Point 3 : 2015-06-30  Point 4 : 2015-10-31</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Co-génération de contenus de marque</li> <li>- Co-animation des canaux de diffusion de contenus de marque</li> <li>- Augmentation de la fréquence de diffusion de contenus de marque</li> <li>- Augmentation du taux de réutilisation de contenus de marque</li> <li>- Augmentation de l'engagement des audiences cibles</li> <li>- Meilleure visibilité pour les chercheurs et les professeurs de l'Ecole</li> <li>- Augmentation de la couverture en « earned media »</li> </ul>	
--------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------	-----------------------------------	------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

# **PARTIE B**

## **Plan de suivi**

### **MASTER EN GESTION CULTURELLE**

organisé par

**la Faculté de Philosophie et Lettres**

**Calendrier et plan de suivi des recommandations des experts**  
**Sciences économiques et de gestion**  
**PARTIE B GESTION CULTURELLE, Faculté de Philosophie et Lettres**

**Axe 1<sup>1</sup> : approches pédagogiques**

Recommandations / Forces	Description des actions	Degré de priorité */**/**	Responsable(s)	Degré de réalisation	Echéance(s)	Résultats attendus	Conditions de réalisation
<i>Pour le master en Gestion culturelle, les experts constatent que la finalité professionnelle est clairement affichée mais qu'une grande partie des enseignements concerne plus la culture que la formation proprement gestionnaire. Les experts invitent l'équipe pédagogique à poursuivre la réflexion sur le lien entre les enseignements consacrés à la culture offerts par la Faculté de Philosophie et Lettres et l'objectif affiché par ce master (RFS, Chap.1&amp;5, p.5)</i>	- mise en place de cours de contrôle de gestion (plan stratégique, 2018)	*	Filière Faculté	En cours	2018	Renforcement des compétences en gestion	

<sup>1</sup> L'AEQES demande d'établir un plan d'actions selon 3 à 5 grands axes.

<p><i>Pour le master en Gestion culturelle également, les experts encouragent l'établissement à poursuivre la réflexion sur la cohérence des structures ciblées en termes de débouchés professionnels. Dans la mesure où cette formation est la seule de ce type en Fédération Wallonie-Bruxelles, les grandes institutions culturelles doivent constituer des cibles d'insertion professionnelle au même titre que les petites et moyennes structures. Et le programme de formation adapté en ce sens. (RFS chap. 1, &amp; 2. Page 7)</i></p>	<p>- renforcement des opportunités pour les étudiants de <i>networking</i> professionnel avec aussi les grandes institutions et l'entrepreneuriat culturels tant en Belgique qu'à l'étranger</p>	<p>**</p>	<p>Filière Faculté</p>	<p>En cours</p>	<p>2018</p>	<p>Elargissement des contacts professionnels dans le cadre des stages et/ou de la mobilité internationale</p>	
<p><i>Les experts encouragent la poursuite du travail sur les référentiels de compétences et l'alignement des approches pédagogiques sur ces référentiels (Chap.1. recommandation 11. p. 7)</i></p>	<p>- Mise en place d'un projet d'initiation à l'écriture scientifique et à la recherche financé par les FEE (Fonds d'encouragement à l'enseignement) et visant à accompagner les étudiants primoarrivants au</p>	<p>***</p>	<p>Filière</p>	<p>En cours</p>	<p>2016</p>	<p>- Offrir meilleure articulation entre les</p>	

<p><i>Les experts recommandent à l'établissement de suivre de près les effets des changements intervenus dans l'organisation du master en gestion culturelle afin de clarifier le projet de formation et d'améliorer la coordination pédagogique (Chap. 1. Recommandations 7. P.8)</i></p> <p><i>Les experts apprécient la présence de deux stages pour le master en Gestion culturelle. Ils soulignent néanmoins l'incongruité à laquelle les étudiants peuvent être confrontés certains jours : arbitrer entre présence à certains cours ou présence en stage (RFS chap. 1, &amp; 9. Page 6)</i></p>	<p>second cycle et les aider à acquérir les compétences requises pour entamer le second cycle.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mise en œuvre d'un projet « Gestion culturelle » basé sur l'apprentissage par projet pour susciter : <ul style="list-style-type: none"> <li>- la création d'un ensemble pédagogique cohérent couvrant les deux années du Master et mettant progressivement les étudiants en situation de mise en œuvre d'un projet concret</li> <li>- en MA1 : un stage d'observation et un atelier de conception où l'étudiant conçoit un projet qui doit prendre place dans un cadre défini (la maison des Arts)</li> <li>- en MA2 : stage d'immersion au sein d'une institution</li> </ul> </li> </ul>				<p>compétences théoriques et la mise en œuvre d'un projet culturel complet</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fournir une base multiple d'outils aux futurs gestionnaires culturels</li> <li>- Développer un programme d'activités mettant en valeur la Maison des Arts</li> </ul>	
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

**Axe 2 : Ressources humaines et matérielles**

Recommandations / Forces	Description des actions	Degré de priorité */**/**	Responsable(s)	Degré de réalisation	Echéance(s)	Résultats attendus	Conditions de réalisation
<p><i>Pour le master en gestion culturelle...l'équipe pédagogique du programme apparaît dispersée...</i></p> <p><i>la plus grande dispersion des intervenants semble rendre les informations reçues par les étudiants pas toujours cohérentes. En outre, la réorganisation récente ne semble pas encore avoir permis à l'équipe administrative de trouver ses marques dans le processus. (RFS chap. 1, &amp; 7, page 6)</i></p>	<p>- le projet mis en place et les intentions pédagogiques concourent à la cohésion de l'équipe enseignante avec la réalisation concertée d'un projet pédagogique du MA1 au MA2, avec une ouverture sur le monde professionnel</p>	<p align="center">***</p>	<p>Filière</p>	<p>En cours</p>	<p>2016</p>	<p>Meilleure cohésion de l'équipe enseignante avec la création d'un conseil d'orientation, plaque tournante culturelle du « projet pédagogique-culturel) de l'ASBL Maison des arts.</p>	

**Axe 3 : mobilité étudiante**

Recommandations / Forces	Description des actions	Degré de priorité */**/**	Responsable(s)	Degré de réalisation	Echéance(s)	Résultats attendus	Conditions de réalisation
<p><i>Dans le master en Gestion culturelle, la mobilité étudiante est à ses débuts, des accords sont progressivement signés</i> (RFS, Chap3. &amp;5)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- signature de tous premiers accords internationaux de mobilité étudiante et enseignante et de coopération</li> <li>- développer des synergies avec d'autres universités Et d'autres facultés de l'ULB.</li> <li>- favoriser d'autres accords Erasmus pour les années suivantes.</li> <li>- encourager la combinaison Erasmus universitaire + Erasmus placement</li> </ul>	<p align="center">**</p>	<p>Filière</p>	<p>En cours</p>	<p>2018</p>	<p>Préparer les étudiants au caractère international de la culture, de sa gestion et de ses institutions</p>	