

**Licence professionnelle Marketing des services et
technologies de l'information et de la communication
(MASERTIC)
Rapport Hcéres**

► **To cite this version:**

Rapport d'évaluation d'une licence professionnelle. Licence professionnelle Marketing des services et technologies de l'information et de la communication (MASERTIC). 2017, Université de La Rochelle. hceres-02027586

HAL Id: hceres-02027586

<https://hal-hceres.archives-ouvertes.fr/hceres-02027586>

Submitted on 20 Feb 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

HCERES

Haut conseil de l'évaluation de la recherche
et de l'enseignement supérieur

Département d'évaluation des formations

Rapport d'évaluation

Licence professionnelle Marketing des services et technologies de l'information et de la communication

Université de La Rochelle

Campagne d'évaluation 2016-2017 (Vague C)

Rapport publié le 07/07/2017

HCERES

Haut conseil de l'évaluation de la recherche
et de l'enseignement supérieur

Département d'évaluation des formations

Pour le HCERES,¹

Michel Cosnard, président

En vertu du décret n°2014-1365 du 14 novembre 2014,

¹ Le président du HCERES "contresigne les rapports d'évaluation établis par les comités d'experts et signés par leur président." (Article 8, alinéa 5)

Évaluation réalisée en 2016-2017

sur la base d'un dossier déposé le 13 octobre 2016

Champ(s) de formations : Sociétés, entreprises et territoires

Établissement déposant : Université de La Rochelle

Établissement(s) cohabilité(s) : /

Présentation de la formation

La licence professionnelle *Marketing des services et technologies de l'information et de la communication* (LP MASERTIC) de l'institut universitaire de technologie (IUT) de La Rochelle (Université de La Rochelle : ULR), créée en 2002, accueille chaque année une soixantaine d'étudiants essentiellement issus de diplômes universitaires de technologies (DUT) et de brevets de techniciens supérieurs (BTS).

Elle vise à développer les compétences des étudiants dans l'utilisation des technologies de l'information et de la communication pour des actions marketing. La formation est organisée autour des axes suivants : les enseignements généraux destinés à donner aux étudiants une culture générale sur les fondements du management en lien avec le marketing digital ; les enseignements orientés sur la maîtrise des outils numériques tels que l'infographie, la conception de sites, ou le droit de l'internet et du commerce électronique ; les enseignements relatifs au marketing numérique tels que la e-gestion de la relation client ou la communication web, et les applications professionnelles à travers les projets tutorés et le stage.

La LP se déroule en un an et peut être suivie soit, en formation initiale soit, en formation continue selon deux modalités d'enseignement (classique ou alternance) se déroulant à l'IUT de La Rochelle. Les compétences acquises durant la formation permettent d'intégrer essentiellement des postes opérationnels dans des activités de service recourant aux techniques de l'information et de la communication dans des directions commerciales ou marketing.

Analyse

Objectifs

Les objectifs annoncés en termes de compétences présentent une cohérence certaine avec la finalité de cette LP qui vise à préparer les étudiants à occuper une fonction liée à l'utilisation des outils numériques au sein d'un service commercial.

Les activités et les métiers accessibles sont précisés dans la fiche du répertoire national des certifications professionnelles (RNCP) et correspondent à la formation. L'insertion immédiate dans la vie professionnelle à la fin de la formation est affirmée, et toutes les actions sont organisées dans ce but. Les trois volets autour desquels la formation est organisée permettent l'acquisition de connaissances générales (économie, communication, marketing, et droit), professionnelles (référencement, maîtrise des outils multimédias, lean management, ...), et pratiques (projets tutorés et stage).

La fiche « Annexe descriptive au diplôme » (ADD) n'est toutefois pas fournie.

Organisation
<p>La LP prend appui sur le département « Techniques de commercialisation » de l’IUT de La Rochelle. Elle accueille une soixantaine d’étudiants en formation initiale ou continue répartis en trois groupes : deux groupes en formation classique et un groupe en alternance. Les trois groupes sont réunis pour les cours magistraux puis, séparés pour les travaux dirigés. Les enseignements sont répartis en trois unités d’enseignement (UE) académiques et deux UE d’application (projet tutoré et stage). L’intitulé de ces UE est cohérent avec les objectifs de la formation. Toutes les UE relèvent du tronc commun ; ce qui semble logique étant donné que la LP MASERTIC est la seule spécialité de la LP mention <i>Commerce</i> proposée par l’IUT. Des options sont évoquées dans le dossier, en réponse à la demande spécifique de certaines entreprises partenaires de la formation, mais aucune information n’est donnée sur le volume de ces enseignements. Aucune information n’est donnée non plus sur le volume horaire de chacun des enseignements composant les UE ; ce qui ne permet pas d’apprécier la place faite à chacun de ces enseignements.</p>
Positionnement dans l’environnement
<p>Les liens entre la formation et l’environnement socio-économique semblent bien établis même s’ils ne sont pas formalisés par des conventions de partenariat. Ces liens concernent notamment les Chambres de Commerce et d’Industrie de la région, la Communauté d’Agglomération de La Rochelle, des Musées Régionaux, ERDF, ... Ces partenariats donnent aux étudiants un accès à des contrats d’apprentissage, terrains de stage, et projets tutorés. Sur le plan interne, la LP collabore avec deux autres LP de l’ULR (la LP <i>Informatique répartie et mobile</i>, et la LP <i>Création multimédia</i>) sur différents projets tutorés ; ce qui offre aux étudiants une ouverture supplémentaire. Deux formations similaires également en alternance sont proposées dans la région, l’une à Tours et l’autre à Bordeaux, sans que cela ne semble poser de problème particulier.</p>
Equipe pédagogique
<p>La formation, codirigée par 1 Maître de Conférences (MCF) et 1 Professeur agrégé du secondaire (PRAG), est assurée par 6 MCF (3 en gestion, 1 en économie, 1 en anglais, et 1 non renseigné), 3 PRAG, 1 Maître de Conférences associé spécialisé dans la création vidéo, et 11 professionnels. Les métiers de ces derniers correspondent aux enseignements dispensés et concernent le cœur des compétences professionnelles visées par la LP (création de sites web, référencement, ...). La proportion des heures enseignées par les professionnels est tout à fait conforme à la pratique (43 %). Il n’est toutefois pas possible d’apprécier la répartition des heures par groupe pour chaque enseignant, car aucune information n’est donnée à ce sujet. En dehors du jury final auquel les permanents et un représentant des professionnels sont conviés, des rencontres peuvent avoir lieu tout au long de l’année que ce soit dans le cadre des réunions mensuelles du département « Techniques de commercialisation », ou de rencontres bilan à la fin de l’intervention des professionnels.</p>
Effectifs, insertion professionnelle et poursuite d’études
<p>Les effectifs sont volontairement limités à une soixantaine d’étudiants depuis la rentrée 2013 afin de permettre à l’équipe pédagogique d’assurer un suivi et un encadrement de qualité. Les étudiants proviennent essentiellement pour moitié de BTS (plutôt <i>Communication</i>) et pour moitié de DUT (plutôt <i>Techniques de commercialisation</i>), seulement trois-quatre étudiants en moyenne (sur 60) sont issus d’autres formations sur la période 2011-2016. La quasi-totalité des étudiants ont obtenu leur diplôme en un an, seuls deux étudiants sur 62 en 2011/2012 et deux étudiants sur 72 en 2012/2013 ont échoué. Les taux d’insertion professionnelle sur la période 2011-2015 sont très honorables avec un minimum de 87 % sur des emplois qui correspondent à la formation (communication et commercial). Toutefois, ces résultats, ne reflètent que partiellement la réalité en raison des taux de réponse parfois faibles (40 % de répondants pour l’année 2014 par exemple), de la non prise en compte des poursuites d’étude, et de collectes réalisées à des périodes différentes selon les années (à 30 mois, à 22 mois et à 10 mois). La poursuite d’études pour les années 2011 à 2014 varie de 20 à 31 % (par rapport au nombre de répondants réellement reporté) avec un taux de poursuite au sein de l’établissement négligeable (entre zéro et un étudiant par an). Ces proportions, bien que partielles, restent élevées pour un diplôme supposé amener les étudiants vers l’emploi. Une seule année (2015) a un taux inférieur à 20 % avec 19 %.</p>
Place de la recherche
<p>La LP est adossée au Centre de Recherche en Gestion (CEREGE, équipe d’accueil 1722), laboratoire regroupant les enseignants-chercheurs des Universités de Poitiers, de La Rochelle, et de l’Ecole Supérieure de Commerce de La Rochelle. Un des axes de recherche du laboratoire CEREGE s’intitule « Numérique, Usage, Territoires et société » et traite de thématiques en rapport avec la LP ce qui contribue à une adaptation rapide des contenus de la formation dans un domaine en perpétuelle évolution.</p>

<p>Le fait que le co-responsable de la formation soit responsable de cet axe de recherche est un facteur susceptible de renforcer les liens entre la recherche et la formation. Les étudiants sont confrontés à des problématiques de recherche à travers la participation à des congrès ou des conférences, ou invités à participer à des projets de recherche menés par le laboratoire CEREGE. Cela illustre une volonté d'intégrer la recherche dans la formation.</p>
<p>Place de la professionnalisation</p>
<p>Les compétences professionnelles visées de nature technique (Photoshop, Illustrator, Indesign), conceptuelle (fournir les bases nécessaires au dialogue avec les professionnels de ce secteur) et méthodologique (traiter une problématique marketing, évaluer l'impact des actions mises en œuvre) sont en phase avec les objectifs de la formation et les métiers préparés (assistant marketing, conception de contenus multimédia, responsable e-marketing) et en concordance avec la fiche RNCP. De plus, une organisation a été mise en place pour surveiller en permanence l'évolution du secteur et s'y adapter. Le bureau d'aide à l'insertion professionnelle (BAIP) de l'université aide parallèlement les étudiants à améliorer leurs CV, à se préparer pour les entretiens de sélection et à trouver des stages. Aucune précision n'est cependant donnée sur le nombre d'étudiants de la formation qui utilisent ce service. Dans le cadre de leur formation, les étudiants peuvent passer l'épreuve du Test of English for International Communication (TOEIC), cet examen est financé par l'IUT pour chacun des étudiants. La certification Voltaire (certificat de niveau en orthographe pour le français) est également envisagée à terme.</p>
<p>Place des projets et des stages</p>
<p>Le cursus accorde une place importante aux projets principalement pour les étudiants en cycle classique, les apprentis bénéficiant d'une expérience en entreprise durant toute l'année. Chaque projet est encadré par un professionnel et un académique avec trois évaluations réparties durant l'année. Les stages, réalisés dans des entreprises situées sur toute la moitié Ouest de la France, débutent mi-février pour une durée maximum de 16 semaines. Les modalités d'évaluation et de suivi de stagiaires et des apprentis sont formalisées et claires. A l'issue du stage, l'étudiant doit rédiger un rapport et soutenir oralement devant son tuteur académique et son tuteur entreprise. Le coefficient important (coefficient 5) donné à cette évaluation atteste de sa place importante dans la formation. Les missions des alternants font l'objet du même type d'évaluation. Le BAIP de l'université envoie chaque lundi aux étudiants concernés des offres de stage ou d'emploi, et organise chaque année un forum stages-emplois. Aucune indication n'est donnée quant à la participation des étudiants de la LP à ce forum.</p>
<p>Place de l'international</p>
<p>La formation est ouverte à l'international notamment à travers les stages effectués à l'étranger par plusieurs étudiants français de la LP (Québec, Togo, Australie, Espagne), le passage du TOEIC et la rédaction de certains cours en anglais mis en ligne. Aucune information n'est donnée sur l'accueil d'étudiants étrangers.</p>
<p>Recrutement, passerelles et dispositifs d'aide à la réussite</p>
<p>Le nombre de candidats à la LP a significativement augmenté depuis 2011 en passant de 344 candidatures à 468 en 2015 pour un nombre de places offertes sensiblement identique. Le recrutement est effectué de manière assez originale avec, outre la sélection sur dossier, la mise en place d'un test de connaissances générales sur le web, et la constitution de jurys enseignant/étudiant pour les entretiens. S'il est précisé que les étudiants recrutés sont essentiellement issus des BTS <i>Communication</i> et DUT <i>Techniques de commercialisation</i> de la région, les statistiques indiquées restent générales et montrent qu'une promotion est généralement composée pour moitié d'étudiants venant de DUT et pour l'autre moitié de BTS, ceux venant d'autres formations variant de un à six selon les années sur les 60 inscrits pédagogiques, ce qui est conforme au type de recrutement de la plupart des LP. Pour les étudiants en formation continue, des tutoriels sont mis en ligne pour leur permettre de combler leurs lacunes de façon autonome.</p>
<p>Modalités d'enseignement et place du numérique</p>
<p>Deux modalités d'enseignement sont proposées : en cycle classique et en alternance. L'alternance est effectuée essentiellement en apprentissage dans des entreprises de secteurs variés et implantées dans la moitié Ouest de la France. Aucun partenariat formalisé n'est précisé. Des personnes en formation continue (hors contrat de professionnalisation) sont par ailleurs accueillies. Concernant le nombre de validation des acquis de l'expérience et de validation des acquis professionnels, les données n'étant pas exhaustives, il est difficile de donner une appréciation sur cette modalité de préparation au diplôme qui semble rester très marginal (au total trois personnes concernées entre 2011 et 2015).</p>

<p>Le numérique a très logiquement une place conséquente dans la formation. Tous les étudiants n'ayant pas d'ordinateur (ou de tablette) peuvent en emprunter un durant la formation. Tous les supports de cours sont disponibles sur la plateforme numérique moodle. Les responsables réfléchissent par ailleurs à la mise en place d'un enseignement à distance qui pourrait répondre à certaines difficultés relatives à l'éloignement géographique de plusieurs apprentis.</p>
<p>Evaluation des étudiants</p>
<p>Les étudiants sont évalués pour chaque élément constitutif au moins une fois, l'évaluation pouvant se faire soit, dans le cadre du cours soit, lors d'une semaine bloquée sous la forme d'une session d'examens terminaux en fin de semestre. Le stage et les projets représentent 30 crédits ECTS (european credits transfer system), ce qui donne une place conséquente à la partie professionnelle, en cohérence avec les objectifs d'une LP. Aucune information n'est donnée sur les modalités de réunion des jurys d'examen.</p>
<p>Suivi de l'acquisition de compétences</p>
<p>Le suivi de l'acquisition des compétences est effectué à travers le livret d'apprentissage remis à chaque apprenti (fourni en annexe du dossier) et rempli lors des trois rencontres entre le tuteur académique, le tuteur entreprise et l'alternant. Ce livret est également utilisé sous une forme adaptée dans le cadre des stages des étudiants en cycle classique. En ce qui concerne le barème d'évaluation, on ne comprend toutefois pas pourquoi un étudiant qui serait considéré comme faible (note de un sur une échelle de un à cinq) sur chacun des huit critères évalués (assiduité, ponctualité, présentation, ...) est finalement considéré comme étant « moyen » dans le récapitulatif final, la mention « moyen » étant en effet attribuée à celui qui obtient la note la plus faible sur chacun des huit critères. Aucun avis ne peut être donné sur le supplément au diplôme qui n'est pas fourni avec le dossier.</p>
<p>Suivi des diplômés</p>
<p>Outre le suivi effectué par l'université dans le cadre du dispositif national, un suivi des anciens est effectué au fil de l'eau à l'aide du blog de la LP, de contacts réguliers par courriels, et des réseaux numériques. Le suivi des diplômés est donc effectué avec régularité. Les taux de réponse aux questionnaires d'insertion professionnelle, très satisfaisants au début (avec 58 réponses sur 60 diplômés en 2011), ont par contre eu tendance à décliner par la suite. Le suivi complémentaire par enquête en ligne qui doit être mis en place à partir de 2016 pourra peut-être répondre à ce problème.</p>
<p>Conseil de perfectionnement et procédures d'autoévaluation</p>
<p>Il n'y a pas pour l'instant de conseil de perfectionnement, ce qui n'est pas conforme au fonctionnement d'une LP et est fort regrettable. Un conseil de perfectionnement doit toutefois être mis en place à partir de la rentrée 2016. Il permettra de faire le point collégalement (académiques, professionnels, et étudiants) sur les difficultés rencontrées et les évolutions de la LP. En ce qui concerne les modalités d'évaluation des enseignements, il est précisé que les étudiants remplissent anonymement « un questionnaire d'évaluation des intervenants ». Il serait nécessaire de clarifier s'il s'agit d'une évaluation des enseignements ou des intervenants. Le très faible nombre de réponse des étudiants (moins de 5 %) ne permet pas par ailleurs une véritable évaluation. La mise en place d'un nouveau système réservant un temps à l'évaluation avec les étudiants devrait permettre de résoudre ce problème. Aucune information n'est donnée sur les modalités de l'autoévaluation de la formation et les évolutions qui ont pu être tirées pour la formation.</p>

Conclusion de l'évaluation

Points forts :

- Deux modalités de formation (en alternance et classique) sont proposées aux étudiants.
- Des projets tutorés nombreux et variés sont mis en œuvre chaque année sur les thématiques de la LP dont certains en collaboration avec d'autres formations et des professionnels.
- Les étudiants sont confrontés à des problématiques de recherche à travers la participation à des congrès ou des conférences en lien avec les activités du laboratoire CEREGE.

Points faibles :

- Au regard des chiffres fournis, le taux de poursuite d'études est relativement conséquent (oscillant entre 19 et 31 %).
- Le conseil de perfectionnement n'a pas encore été mis en place.
- La qualité du suivi des diplômés a fortement décliné entre 2011 et 2014.
- La participation des étudiants à l'évaluation des enseignements est très faible (moins de 5 %).

Avis global et recommandations :

La LP MASERTIC fonctionne de manière plutôt satisfaisante, accueille chaque année des effectifs stables, et a un taux d'insertion honorable. Ce dernier repose toutefois sur un nombre de répondants assez faible que la mise en place d'un suivi complémentaire par enquête en ligne des diplômés, mentionné dans le dossier d'évaluation, pourrait améliorer.

En ce qui concerne le taux de poursuite d'études, il doit faire l'objet d'une vigilance accrue car il atteint des seuils anormalement élevés pour une LP. L'amélioration du suivi des diplômés devrait permettre d'avoir une lecture plus précise de la situation grâce à une collecte d'informations plus proches de la fin de la formation et à une augmentation du nombre de répondants.

Le faible taux de réponse au questionnaire d'évaluation des enseignements ne permet pas de tirer des conclusions utiles pour le pilotage de la formation. La mise en œuvre d'un autre système de collecte envisagée par les responsables, est indispensable. Il apparaît également nécessaire de s'assurer que l'évaluation porte bien sur les enseignements.

L'absence de conseil de perfectionnement jusqu'à présent est regrettable, sa mise en place est nécessaire. La fiche ADD doit être également mise en place.

Observations de l'établissement

L'établissement n'a pas fourni d'observations.