

Licence professionnelle Marketing et nouvelles technologies de l'information et de la communication

Rapport Hcéres

► **To cite this version:**

Rapport d'évaluation d'une licence professionnelle. Licence professionnelle Marketing et nouvelles technologies de l'information et de la communication. 2017, Université François-Rabelais de Tours. hceres-02027588

HAL Id: hceres-02027588

<https://hal-hceres.archives-ouvertes.fr/hceres-02027588>

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 et nouvelles technologies de l'information et de la communication

Université François-Rabelais de Tours

Campagne d'évaluation 2016-2017 (Vague C)

Rapport publié le 06/07/2017

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 François-Rabelais de Tours

Établissement(s) cohabilité(s) : /

Présentation de la formation

La licence professionnelle (LP) *Commerce, spécialité Marketing et nouvelles technologies de l'information et de la communication* (MATIC) de l'Université François-Rabelais de Tours est tournée vers le marketing et les nouvelles technologies. Elle a ouvert en 2010 et intègre désormais 36 étudiants de niveau Bac +2 (31 jusqu'en 2012) à qui elle propose une formation en une année au marketing et aux nouvelles technologies, dans le but premier d'une intégration immédiate au monde du travail. Le diplôme forme au métier de chef de projet e-marketing (Webmarketeur - Webmaster - Auditeur de site - Concepteur e-marketing site marchand - Manager de communautés- Prospecteur B to B (Business to Business) - Analyste veille stratégique, concurrence - Chef de projet multimédia - Responsable marketing et TIC) dans le secteur de la communication du commerce de la santé, du tourisme et de l'industrie.

Ainsi, cette formation, gérée par l'IUT (Institut Universitaire de Technologie) de Tours, se veut complète, polyvalente et opérationnelle. Elle est ouverte en formation initiale classique ou en formation continue et accueille aussi des étudiants sous contrat d'apprentissage.

Analyse

Objectifs
<p>L'objectif principal de la formation est de former des professionnels immédiatement opérationnels pour travailler en e-marketing (Internet, médias sociaux et mobiles : audit, campagnes, SEO (Search Engine Optimization), veille, etc. Cette LP vise de métiers assez différents : Webmaster (conception de sites) - Community manager - Webmarketeur,... tout en apportant des compétences en gestion de la relation client. Elle est décrite comme apportant une « deuxième compétence » pour des étudiants commerciaux.</p> <p>Ces objectifs semblent particulièrement ambitieux quand on sait que la seule conception de sites marchands fait appel à plusieurs métiers dont la tendance est à la spécialisation. Elle s'avère donc très généraliste pour former des étudiants polyvalents. Aussi, même si le programme de cette formation répond effectivement à des besoins en termes de métiers, elle paraît ne pas approfondir suffisamment les connaissances et compétences attendues dans le domaine considéré.</p>
Organisation
<p>La maquette propose 600 heures dont 150 en projet et 239 en TD assurant ainsi une bonne expérimentation et acquisition d'autonomie. La maquette met en évidence un tronc commun sans option ni parcours. Les unités d'enseignement (UE) reprennent bien l'ensemble des problématiques affichées dans les objectifs avec des coefficients renforcés dans les domaines qui représentent le centre et socle des connaissances à acquérir (Marketing et TIC ; Informatique et Internet). La partie production éditoriale et marketing des réseaux sociaux est intégrée alors qu'elle manque souvent dans les formations concurrentes, assurant ainsi une mise à jour des besoins et des enseignements correspondants intéressante.</p>

Toutefois, si l'étude des UE met en évidence une licence à dominante « marketing » il apparaît que les contours de chacune d'elle ne sont pas toujours clairs. Il en est en particulier ainsi de la plus importante UE (UE 5 118 heures) qui regroupe notamment sous l'intitulé « Stratégie d'entreprise et e-business » des enseignements de logiciel CRM (Customer Relationship Management)/ Logistique / référencement. Par ailleurs, des enseignements de l'UE 2 « Marketing et TIC » aurait pu figurer dans l'UE 5 : Comportement de l'internaute / Marketing stratégique. En comparaison, l'UE 4 « Outils numériques et internet » est plus cohérente (graphisme / production et ergonomie). L'ensemble ressemble plus à une liste de stages potentiels en entreprise qu'à une maquette visant l'apprentissage d'un métier (ou d'une famille de métiers).

Positionnement dans l'environnement

Formation innovante lors de son lancement (16 promotions entre sa création et aujourd'hui), plusieurs formations nationales se positionnent aujourd'hui sur le même créneau. Elle reste néanmoins attractive grâce à son expérience et son réseau des anciens. Il est noté quelques projets d'échanges avec « d'autres licences de la ComUE » mais cela reste déclaratif sans autre précision apportée.

Dans le cadre de l'établissement, cette formation fait office de débouché pour plusieurs DUT (Diplôme Universitaire de Technologie) en interne, toutefois elle n'accueille aucun étudiant de licence généraliste.

Une certaine implication de la CCI (Chambre de Commerce et d'Industrie) de Tours est évoquée, mais sans plus de précision. S'il n'existe pas de lien identifié avec des organisations professionnelles (Fédération de la Vente à Distance par exemple), des liens paraissent noués avec des grands groupes (La poste, SNCF, EDF) et des entreprises (tous secteurs confondus) ainsi que des associations pour des offres de stage ou de contrat d'apprentissage. Des professionnels, présents dans le conseil de perfectionnement, veillent à l'adéquation de la formation aux besoins du monde professionnel.

Equipe pédagogique

Le pilotage de la formation et l'équipe pédagogique sont très pluridisciplinaires. L'équipe enseignante est composée de 22 personnes. Dix personnes issues du « monde professionnel » y participent (dont trois anciens élèves passés par cette LP) pour dispenser 323 heures d'enseignements sur les matières les plus « opérationnelles ». Selon le dossier, 366 heures sont aussi dispensées par les enseignants-chercheurs, PAST (professeurs associés) et doctorants. Cela reflète un bon équilibre et garantit aux étudiants une formation au plus près des réalités du monde professionnel. On peut néanmoins noter que la maquette de la formation présente une durée totale de 450 heures (projet tuteuré non compris) alors que la somme des heures par enseignants est de 689 heures sans qu'aucune explication ne soit donnée.

Effectifs, insertion professionnelle et poursuite d'études

La licence est très attractive puisque chaque année l'équipe ne retient que 10 % des candidats. Sur les 5 dernières années, les effectifs inscrits pour moitié en formation initiale et pour moitié en apprentissage sont stables (33 à 36). Quelques étudiants sont inscrits en formation continue (4 en 2011-2012, 1 en 2012-2013 et 4 en 2015- 2016). Les étudiants proviennent principalement de DUT /BTS (Brevet de Technicien Supérieur). Il n'y a pas d'étudiants en provenance de L2 (deuxième année de licence). Aucune procédure de VAE (Validation des Acquis de l'Expérience) n'a été mise en œuvre.

Le taux de réussite est de 100 % pour les étudiants qui se présentent aux examens (de 1 à 3 étudiants chaque année ne se présentent pas aux examens sur une promotion de plus de trente).

L'insertion professionnelle est globalement satisfaisante. Les postes occupés sont en cohérence avec la formation, plusieurs aboutissants au statut de cadre. Malheureusement le taux de répondants (60 %) ne permet pas d'en tirer de conclusions définitives. Les étudiants sont découragés à la poursuite d'études, en cohérence avec la logique d'une licence professionnelle ; pourtant certains poursuivent dans cette voie (5/17 pour la dernière année enquêtée, soit la promotion 2013), ce qui mérite vigilance.

Place de la recherche

La place de la recherche est logiquement réduite ; cependant la présence de nombreux enseignants-chercheurs assure un lien avec des travaux de recherche relevant de trois catégories complémentaires : marketing, informatique et économie. On peut en déduire un impact sur le contenu des cours et l'actualisation des connaissances.

La seule intégration concrète de la recherche dans l'enseignement énoncée dans le dossier est un partenariat entre les chercheurs et « une entreprise » présenté comme « positif ». On aurait aimé davantage de précision sur cet apport.

Place de la professionnalisation
<p>Les cours sont très tournés vers l'opérationnel, ce qui est attendu pour une licence professionnelle : à noter particulièrement une UE consacrée à la création d'entreprise (UE6), dont l'évaluation se fait sur mémoire et soutenance.</p> <p>L'implication du monde professionnel est bonne (49 % des enseignements dispensés par des « professionnels »). Le dossier fait état de nombreux partenaires qui assurent une offre de stages supérieure aux besoins et propose des contrats d'apprentissage. De plus, les intervenants professionnels sont intégrés au conseil de perfectionnement, ce qui permet de modifier les cours afin qu'ils soient le plus possible en adéquation avec les besoins du secteur.</p>
Place des projets et des stages
<p>La partie projet est fondée sur un cas réel d'entreprise et en partenariat avec elle, gage de sérieux et de réalisme. Le projet permet de faire de l'audit et de la proposition de solution (cahier des charges). Ce projet est assez transversal et permet à l'étudiant d'exploiter le plus d'acquis possibles. On regrettera que la soutenance (une heure) se fasse exclusivement devant les responsables de formation ou enseignants, ce qui ne permet pas un retour vraiment réaliste et concret pour les étudiants, ce qui est dommage.</p> <p>Les partenaires de la licence offrent davantage de stages que les étudiants n'en ont besoin. De plus, l'équipe rend obligatoire la présence des étudiants au salon du e-commerce à Paris, ce qui leur offre une opportunité supplémentaire de trouver des stages intéressants. Classiquement, le stage fait l'objet d'un mémoire et d'une soutenance.</p> <p>Avec 8 crédits européens (ECTS) sur 60, le projet et le stage participent raisonnablement à l'obtention de la licence.</p>
Place de l'international
<p>La possibilité de faire des études à l'étranger est possible et encadrée. Une vigilance est portée sur l'adéquation entre les cours suivis à l'étranger et les cours remplacés en France. Plusieurs étudiants (3, selon le dossier, sans autre précision) en ont bénéficié. Il n'est fait ni mention d'étudiants étrangers intégrés, ni de programme d'échanges avec d'autres universités.</p> <p>On note l'absence de cours disciplinaires dispensés en anglais (hors cours d'anglais évidemment - 60 heures), ce qui peut paraître regrettable, particulièrement dans le domaine d'enseignement du marketing et des NTIC (Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication).</p>
Recrutement, passerelles et dispositifs d'aide à la réussite
<p>La procédure de recrutement repose sur l'analyse d'un dossier accompagné d'un entretien mais comprend également une épreuve écrite, ce qui fait preuve d'une plus grande exigence. Le recrutement est concentré sur les titulaires de BTS et de DUT (sans précision sur le secteur) ; peu d'étudiants issus de L2 postulent, aucun n'est recruté. L'équipe identifie les carences de certains candidats avant le début de l'année et, à défaut d'UE « remise à niveau », leur conseille des lectures de rattrapage pour commencer l'année dans les meilleures dispositions. Une bonne intention qui reste trop faible pour offrir une réelle passerelle de la licence généraliste vers la LP.</p>
Modalités d'enseignement et place du numérique
<p>Il existe une cohérence pédagogique entre cours magistraux et travaux dirigés. Surtout, des simulations et concours rythment et stimulent les étudiants différemment. Le projet annuel, en contact avec la réalité du monde professionnel, grâce à un vrai projet d'entreprise est une excellente expérience pour les étudiants.</p> <p>Le dispositif RSE (Régime Spécial d'Études) mis en place par l'université offre une vraie souplesse pour les profils et candidats originaux.</p> <p>Le numérique est omniprésent dans cette formation, la culture numérique va donc de soi avec des cours dédiés à des logiciels essentiels aux métiers visés mais aussi centrés sur les réseaux sociaux. En revanche, le e-Learning ou la digitalisation des cours (plateforme CELENE : Cours En Ligne et Enseignement Numérique) semble plus s'apparenter à du dépôt de documents par certains enseignants. Cela peut être regretté pour une LP spécialisée sur le numérique.</p>

Evaluation des étudiants
<p>La licence a fait le choix du contrôle continu intégral ce qui se justifie particulièrement en licence professionnelle. Ce dispositif est accompagné de trois soutenances : Stage, Projet et également « Création d'entreprise ». Cette dernière met en situation l'étudiant devant un jury jouant le rôle d'investisseurs potentiels, ce qui est intéressant. Comme déjà évoqué, le projet (audit de site existant ou réalisation de cahier des charges) est suffisamment transversal pour que l'étudiant exploite au maximum les acquis théoriques. Au-delà du contrôle de l'acquisition des connaissances, une attention toute particulière est portée sur l'évaluation des compétences rédactionnelles et orales (d'ailleurs le test d'entrée est fondé dessus), ce qui est indispensable pour les métiers dédiés où des fautes entachent facilement tout le travail.</p>
Suivi de l'acquisition de compétences
<p>L'équipe pédagogique se contente de communiquer les notes au fil de l'année avec un dialogue possible avec les enseignants ; cela ne saurait toutefois constituer un suivi de l'acquisition des compétences réellement effectif. L'absence de suivi individuel est un vrai manque, particulièrement dans une LP. Un livret individualisé d'acquisition de compétences serait le bienvenu pour l'étudiant, afin qu'il se situe en cours d'année et cible mieux son investissement ; cela permettrait également aux enseignants de mieux identifier les étudiants en difficulté (un à trois étudiants qui ne se présentent pas aux examens par an) et de les aider en conséquence.</p>
Suivi des diplômés
<p>Les enquêtes d'insertion sont pratiquées par l'OVE (Observatoire de la Vie Etudiante). Malheureusement le taux de répondants (60 %) aux enquêtes menées ne permet pas de tirer de conclusions définitives en termes d'insertion ; il serait profitable d'investir cette question. Le tableau fourni est lacunaire. La licence bénéficie de son ancienneté et a su constituer un réseau des anciens.</p>
Conseil de perfectionnement et procédures d'autoévaluation
<p>Le Conseil se tient annuellement, avec la participation d'acteurs économiques, institutionnels (MEDEF, CCI, La POSTE, divers professionnels par exemple), des enseignants, ainsi qu'un étudiant. A la lecture du (synthétique) compte rendu, il apparaît que ce conseil permet une meilleure adaptation des enseignements aux besoins professionnels (outils ou logiciels, programme de cours). On notera d'ailleurs que ce Conseil préconise de se concentrer plus sur le e-Commerce. Ce conseil semble être un « moteur » pour cette formation. Il joue un rôle d'actualisation des enseignements très important pour l'équipe pédagogique.</p> <p>A cela s'ajoute des discussions de groupes entre la directrice des études et les étudiants ainsi que l'évaluation des enseignements par les étudiants. Tout ce travail a déjà permis de remettre en cause la participation d'enseignants et de modifier l'équipe pédagogique gage de l'importance portée à l'excellence de la formation.</p>

Conclusion de l'évaluation

Points forts :

- La forte notoriété, la procédure de recrutement performant intégrant une épreuve écrite en plus des dossiers et entretiens. Afin d'optimiser ce recrutement une UE de remise à niveau est proposée.
- La forte professionnalisation avec des liens avec les entreprises et les anciens très solides, un projet tuteuré présentant un cas réel et des concours et simulations.
- Un conseil de perfectionnement sérieux, impliqué et efficace sur l'évolution du choix des contenus pédagogiques.
- Une UE de création d'entreprise qui assure une possibilité supplémentaire de professionnalisation.

Points faibles :

- Sur le plan pédagogique, l'absence de réelle intégration du numérique comme un mode d'apprentissage.
- L'absence de suivi individuel, vrai manque, particulièrement dans une licence professionnelle. Cela se ressent autant pendant le cursus universitaire et le stage.
- Le suivi du devenir des diplômés largement perfectible.
- La faible place de l'international. Il ne semble pas exister de politique de recrutement d'étudiants étrangers. L'anglais n'est pas assez utilisé pour des disciplines au vocabulaire pourtant anglicisé.

Avis global et recommandations :

Il s'agit d'une bonne formation qui a prouvé depuis son ouverture en 2000 son efficacité et ses capacités réelles de formation et d'insertion professionnelle. Malgré son ancienneté, elle a su se renouveler dans ses enseignements afin de rester à portée des compétences exigées par le secteur. Toutefois, il serait opportun qu'une réflexion soit menée sur le numérique comme mode d'apprentissage.

Il est cependant nécessaire de suivre davantage les étudiants, pendant la formation et ensuite dans leur insertion professionnelle. Un livret individualisé d'acquisition de compétences serait le bienvenu pour l'étudiant, afin qu'il se situe en cours d'année et cible mieux son investissement, cela permettrait également aux enseignants de mieux identifier les étudiants en difficulté.

Enfin, la place dédiée à l'international mériterait d'être développée.

Observations de l'établissement

Tours, le 20 mai 2017
Monsieur le Président de l'Université
François-Rabelais de Tours

Université
François-Rabelais
de Tours

60, rue du Plat d'Étain
BP 12050
37020 Tours Cedex 1

www.univ-tours.fr

Objet : HCERES retours sur l'autoévaluation

Je, soussigné Philippe Vendrix, Président de l'Université François-Rabelais de Tours, indique par la présente que l'établissement ne souhaite pas faire d'observation sur les retours des comités HCERES concernant les mentions de Licences, Licences professionnelles et Masters.

L'ensemble des remarques ont été transmises aux responsables des mentions en préparation, en même temps que les expertises internes produites par les rapporteurs de la Commission Formation et Vie Universitaire. Ces documents vont permettre aux enseignants d'ajuster leurs propositions de mentions et de parcours, en fonction des recommandations qui leur ont été faites.

Un court document concernant les retours sur les champs de formation est joint.

L'université de Tours remercie les experts de l'HCERES du soin mis à l'analyse de l'autoévaluation et d'efforcera d'en tirer le plus grand bénéfice.

Le Président de l'université
Philippe Vendrix

