



**HAL**  
open science

## Licence professionnelle Technico commercial

### Rapport Hcéres

► **To cite this version:**

Rapport d'évaluation d'une licence professionnelle. Licence professionnelle Technico commercial. 2017, Université de Haute-Alsace - UHA. hceres-02027738

**HAL Id: hceres-02027738**

**<https://hal-hceres.archives-ouvertes.fr/hceres-02027738>**

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 Technico-commercial

Université de Haute-Alsace

Campagne d'évaluation 2016-2017 (Vague C)

Rapport publié le 20/07/2017

# HCERES

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

Département d'évaluation des formations

*Pour le HCERES,<sup>1</sup>*

Michel Cosnard, président

---

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

<sup>1</sup> 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 de formations : Gestion

Établissement déposant : Université de Haute-Alsace

Établissement(s) cohabilité(s) : /

## Présentation de la formation

La licence professionnelle *Technico-commercial* est dispensée à l'institut universitaire de technologie (IUT) de Colmar au sein de l'université de Haute-Alsace. Créée en 2009, elle s'adresse à des étudiants détenteurs d'un Bac+2 technique ou technologique du secteur secondaire, qui souhaitent devenir des technico-commerciaux dans le secteur industriel, chargés de prospecter une clientèle d'entreprises, pour leur présenter et leur vendre des biens d'équipement, intermédiaires et inter-industriels. Ceux-ci pourront prétendre, en fin de formation, à des postes de techniciens commerciaux non cadres, avec des évolutions possibles sur des postes de cadre commercial, chargé de clientèle, responsable technico-commercial, responsable d'agence dans le secteur secondaire.

Elle est dispensée majoritairement en apprentissage en collaboration avec le centre de formation des apprentis de l'université (CFAU), mais si les étudiants ne trouvent pas de contrat, ils peuvent suivre la licence professionnelle en formation initiale avec une période de stage d'au moins quatre mois. Les étudiants sont immergés trois semaines en entreprise afin de valider leur projet, puis ils reviennent pour une période de cours intensifs de quatre semaines qui s'apparente à une mise à niveau des connaissances commerciales, économiques et managériales. D'octobre à juin, ils reviennent en moyenne une semaine par mois en cours et développent peu à peu leurs compétences. A partir de juin, ils sont à temps complet en entreprise.

## Analyse

### Objectifs

Le dossier expose clairement les connaissances et compétences attendues des étudiants détenteurs d'un Bac+2 technique ou technologique du secteur secondaire entrant dans la LP et les débouchés sont bien définis.

Le dossier présente le poste occupé effectivement à l'issue de la formation par des diplômés ayant fait la formation entre 2010 et 2014, mais seulement pour moins de la moitié de ceux qui ont intégré une entreprise. On ne dispose d'aucune information sur les postes des diplômés de 2014-15 qui ont pourtant répondu à l'enquête. Les 30 postes listés (sur plus de 70 anciens sur la période) sont des postes de technico-commerciaux, commerciaux, conseiller clientèle, gestionnaire d'affaire, attaché commercial, concepteur commercial et même responsable commercial et correspondent donc bien au domaine de la licence professionnelle. La nature du secteur n'est malheureusement pas explicitée dans la liste, mais la formation semble répondre clairement aux besoins de ces entreprises qui ont embauché des profils technologiques formés en techniques commerciales. La moitié environ a été recrutée dans son entreprise d'alternance.

Si le développement des compétences en négociation, communication, management et analyse de marché réalisé dans la formation semble pertinent pour les postes listés, il ne se concrétise malheureusement que trop rarement en emplois effectifs.

### Organisation

Le rythme de l'alternance s'appuie sur une progression cohérente : après une journée de rentrée, les étudiants sont immergés trois semaines en entreprise afin de valider leur projet d'orientation et le cas échéant de trouver un contrat. Puis ils reviennent pour une période de cours intensifs de quatre semaines. D'octobre à juin, ils reviennent une semaine par mois en cours, avant d'être, à partir de juin, à temps complet en entreprise.

La maquette de 450 heures est divisée en 7 unités d'enseignement : 5 de cours, 1 de projet tuteuré et 1 de stage ou activité en entreprise. Les quatre premières abordent la culture managériale, l'analyse quantitative, la négociation technico-commerciale et les stratégies commerciales industrielles ; la cinquième correspond à des modules de perfectionnement en marketing et management. Les modules « connaissance des marchés » et « langues » sont artificiellement intégrés à une unité d'enseignement « culture managériale ». La quatrième et la cinquième unité d'enseignement semblent trop spécialisées en marketing au détriment du cours de comportement du consommateur (et nous espérons que c'est bien le comportement du client industriel et non du consommateur qui est développé, afin de coller au secteur visé ; sa connaissance est en effet indispensable au déroulement d'un entretien commercial) et surtout au détriment des techniques commerciales. La cinquième unité d'enseignement a été adaptée en 2013 mais son intitulé « parcours diversifié » et son objectif ne sont cependant pas très clairs.

Des cours, mutualisés depuis deux ans avec deux autres licences professionnelles du département Techniques de commercialisation, dynamisent l'apprentissage de ces étudiants issus de la technique qui côtoient ainsi des étudiants déjà formés en commerce. Cependant, ces cours mutualisés se montent à 40 % des heures de la maquette et concernent des enseignements généraux (psychosociologie, marketing...) ; ceci est certainement excessif car cela dilue la maquette sur des considérations générales au détriment du développement des compétences spécifiques nécessaires aux technico-commerciaux.

### Positionnement dans l'environnement

La formation est dispensée au sein du département Techniques de commercialisation (TC) de l'IUT de Colmar et la mutualisation de cours favorise la communication inter-formations au sein de ce département.

D'autres formations sont dispensées, dans l'est de la France, dans le domaine de la vente mais elles se différencient par leur spécialité : l'environnement européen à Illkirch, les Réseaux et Télécommunication pour Montbéliard, la technologie pour Longwy, les petites et moyennes entreprises (PME) pour Auxerre. Ces licences peuvent donc attirer des étudiants sur des profils spécifiques. Le cœur du bassin de recrutement de la licence professionnelle technico-commercial a été déduit du repérage géographique de ces formations : l'Alsace et les départements limitrophes où elle est seule à proposer une spécialisation industrielle.

L'analyse concurrentielle présentée dans le dossier n'intègre cependant pas les différentes formations techniques proposant un module commercial, ou les autres formations commerciales (écoles de commerce..) qui s'adressent à des candidats de niveau Bac+2, ce qui permettrait de prendre la mesure exacte de l'intensité concurrentielle.

53 entreprises essentiellement situées en Alsace et ayant accueilli de un à trois apprentis depuis 2011 sont listées en annexe.

En dehors de cette liste, le dossier ne présente pas d'analyse de l'environnement socio-économique de la formation. Il manque d'information sur le tissu industriel alsacien.

### Equipe pédagogique

L'équipe pédagogique est composée de cinq maîtres de conférences (quatre relevant des sciences de gestion et un des sciences de l'information et de la communication ; ils réalisent près de 40 % des heures et leur présence est donc très forte dans la formation), de trois enseignants agrégés ou certifiés (14 % des cours), de deux autres enseignants (moins de 10 % des cours) et de six professionnels en activité (37 % des cours).

Les professionnels intervenant à hauteur de 37 % des heures de la maquette, cela dépasse de manière satisfaisante les standards demandés pour les licences professionnelles, mais 36 % de ces heures sont réalisées par des consultants, 18 % par un avocat et un contrôleur de gestion (leur emploi correspond au domaine enseigné : le droit et la comptabilité-gestion financière), 24 % par un cadre commerciale d'une entreprise fabricant des produits grands publics et 10 % par un cadre commercial (il n'est pas précisé si ces derniers travaillent bien avec des clients professionnels). Le secteur industriel, cœur de cible de la formation, est donc pour le moins sous-représenté. Les tentatives pour faire intervenir des professionnels du secteur et en particulier les maîtres d'apprentissage sont pour le moment restées vaines. Augmenter le volume d'intervention des professionnels du secteur industriel semble pourtant être une nécessité afin de mieux professionnaliser la formation.

La plupart des enseignants, permanents ou vacataires, participent aux recrutements, au suivi des apprentis et aux différentes réunions pédagogiques et de coordination qui sont mises en place.

Le responsable de la formation est un des maîtres de conférences mais son rôle n'est pas précisé. Il n'est pas fait mention d'autres personnes assurant des responsabilités dans la formation.

### Effectifs, insertion professionnelle et poursuite d'études

On constate un réel problème d'attractivité. Les effectifs ont chuté de 25 %, passant de 20 en 2011 à 15 étudiants depuis trois ans. Les causes invoquées sont la rareté des profils technologiques souhaitant évoluer vers le commerce, la concurrence de formations techniques intégrant un module commercial et la jeunesse de la formation (pourtant à ses débuts, elle attirait davantage). Seulement 35 à 40 dossiers de candidature sont réceptionnés. La sélectivité est donc faible (2,7 candidats en moyenne pour un candidat accepté dans la formation) ce qui est sans doute préjudiciable à la qualité des dossiers retenus.

82 % des étudiants ont suivi la formation en apprentissage sur les cinq ans et 15 % en formation initiale classique (si l'on se base sur le tableau des effectifs étudiants qui indique 13 étudiants en formation initiale en cinq ans, alors que le dossier lui-même ne fait mention que de trois cas). Si les étudiants ne trouvent pas de contrat en apprentissage, ils ont en effet la possibilité d'effectuer la licence professionnelle en formation initiale avec une période de stage d'au moins quatre mois.

Néanmoins, si 82 % des étudiants ont suivi la formation en apprentissage sur les cinq ans, le nombre d'apprenti a diminué d'un tiers sur la période, avec une année difficile en 2014-15 où seulement 62 % des étudiants étaient en alternance (neuf apprentis et un contrat de pro).

Les étudiants proviennent à 48 % de brevets de technicien supérieur (BTS) et à 41 % de diplômes universitaires de technologie (DUT) ; aucun diplômé de deuxième année de licence (L2) n'a été intégré. Quelques étudiants sont déjà titulaires d'une licence professionnelle dans le domaine technique. 80 % sont alsaciens.

Le taux de réussite, de 81 %, est en deçà de ce à quoi on pourrait s'attendre compte tenu de l'effectif réduit ; il s'explique en partie par un ou deux abandons en début d'année, soit pour une réorientation, soit suite à un échec pour trouver un contrat d'apprentissage. La principale cause est cependant la rédaction du rapport de stage (une solution a été envisagée comme précisé plus bas).

Les chiffres d'insertion annoncés sont calculés sur la base de l'ensemble des diplômés à qui le questionnaire a été adressé et prend donc en compte le nombre de non-réponses. On a recalculé les pourcentages sur la base des seuls répondants afin d'avoir une base identique pour toutes les années. Le taux de diplômés ayant répondu et étant en emploi est très irrégulier et ne correspond pas aux objectifs visés par les licences professionnelles. Il évolue en effet sur les quatre ans de 2012 à 2015 de la manière suivante : 100 %, 66 %, 84 % et 36 %. Les diplômés se lancent sur le marché de l'emploi de manière irrégulière en fonction des années. 2014-15 voit une nette dégradation avec un taux de poursuite d'études très élevé de 54 %, ce qui est vraiment problématique pour une licence professionnelle, et près de 10 % sont en recherche d'emploi ou voyagent.

### Place de la recherche

On note un souci réel de relier activité de recherche et enseignement dispensé ; cette dynamique est impulsée par le centre de recherche en gestion de l'université de Bourgogne (CREGO). Quatre maîtres de conférences (MCF) publient et interviennent dans la formation, dont le responsable de la formation, en sont membres. Le cinquième MCF relève des sciences de l'information et de la communication. Même si les recherches de ces enseignants-chercheurs ne portent pas directement sur les problématiques commerciales spécifiques du secteur secondaire, elles sont transposées au secteur industriel et viennent alimenter les cours. Les problématiques professionnelles des étudiants bénéficient ainsi de ces recherches.

Des cours de méthodologie, notamment en recherche bibliographique, sont programmés pour aider les étudiants dans la rédaction de leur rapport. Néanmoins, une place peut être excessive est accordée à ces aspects pour des étudiants qui sont déjà en train d'acquérir une double compétence. Cela semble lourd et loin de leurs priorités.

### Place de la professionnalisation

Le programme a été bâti de manière tout à fait satisfaisante à partir d'une réflexion portant sur les compétences à acquérir et la fiche du répertoire national des certifications professionnelles (RNCP) les décrit de manière claire.

Le fait que la formation soit dispensée en apprentissage contribue à la professionnalisation de la formation.

Le dossier, s'il évoque, dans la partie sur les évaluations des étudiants, la notion de mises en situation professionnelle, n'en présente cependant pas le contenu et ne les présente pas en tant que méthode pédagogique permettant de développer les compétences de manière transversale, préparant ainsi de manière directe à la pratique en entreprise dans le cadre de l'alternance, du stage et du futur poste occupé en entreprise.

Des ateliers de recherche d'emploi sont programmés en septembre pour ceux qui n'auraient pas trouvé de contrat d'apprentissage ; cela semble tardif. Aucun dispositif pour les aider à trouver un contrat avant la rentrée et même avant l'été n'est décrit, alors qu'il est difficile pour un jeune technicien de « vendre » à un recruteur sa prestation dans sa future formation dans un domaine qu'il ne connaît pas encore et alors que sa formation technique de base ne l'amène pas à être particulièrement commercial dans son approche.

Il est prévu d'augmenter le nombre des entreprises accueillant des apprentis et de signer des partenariats, ce qui semble effectivement une nécessité.

Des maîtres d'apprentissage montrent leur implication en participant aux réunions du conseil de perfectionnement, aux comités de liaison, aux jurys de validation des acquis de l'expérience (VAE) mais ils sont peu nombreux.

<b>Place des projets et des stages</b>
<p>Le projet tuteuré et le rapport de stage ou activité en entreprise sont tous deux appliqués à la pratique de l'étudiant dans son entreprise d'accueil. Ils ont pour objectif de l'amener à analyser de manière précise la situation commerciale de l'entreprise et le déroulement de ses différentes missions. Les missions sont définies en début d'apprentissage par l'apprenti, son maître d'apprentissage et son enseignant tuteur. Deux visites du tuteur en entreprise sont programmées en novembre et en avril, la première visant à faire émerger des missions et une problématique commerciale ou marketing qui sont consignées dans un plan de formation.</p> <p>La rédaction de rapports compte pour beaucoup dans l'obtention du diplôme. Ils ont pour objectif de tester les capacités de l'apprenant, à construire un questionnement et à analyser une situation commerciale et ainsi à créer un lien effectif entre les acquis académiques et les situations de travail vécues.</p> <p>Le projet tuteuré correspond à un premier rapport de mission en entreprise et n'est pas vraiment différencié du rapport de stage proprement dit.</p> <p>L'année se termine par un rapport et une soutenance qui ont lieu en juin ou, si l'étudiant a besoin de plus de temps, en septembre. Ce décalage semble une initiative heureuse car une année en alternance pour acquérir une double compétence est très exigeante. Les deux derniers mois d'été doivent vraiment permettre à l'apprenti de mieux s'investir dans son poste où il est alors présent à temps plein et donc de réaliser un rendu beaucoup plus performant. Ceci devrait permettre d'augmenter le taux de réussite de la formation.</p> <p>On note un décalage entre les grandes attentes de l'équipe pédagogique en termes d'analyse des situations commerciales et d'ambition des missions, et leur déception face à des étudiants et maîtres d'apprentissage peu réceptifs à ce type de démarche. Ce point met en exergue des attentes sans doute un peu trop académiques au regard de l'importance qui semble accordée au développement de compétences professionnelles en situation.</p>
<b>Place de l'international</b>
<p>La formation a l'ambition de se positionner à un niveau international, voire d'obtenir des postes en Allemagne, mais le chemin est encore long. Il est rapidement fait état, dans le dossier, de partenariats avec des universités suisse et allemande au niveau de l'université de Haute-Alsace. Cependant, aucune donnée ne permet d'en saisir la teneur. Le Conseil Régional d'Alsace offre la possibilité de faire l'apprentissage transfrontalier dans le Bade Württemberg et la Rhénanie-Palatinat mais le niveau faible en langue des postulants ne permet pas de vraiment exploiter cette opportunité. Le volume d'heures proposées en cours de langue (30 heures en allemand / 30 heures en anglais et 40 heures de négociation en langues étrangères) permet aux étudiants de mener une conversation commerciale de premier niveau en anglais et en allemand, mais n'est sans doute pas en adéquation avec un objectif de positionnement à l'international, sauf pour des candidats qui arriveraient avec un très bon niveau de langue étrangère. Une option italien est proposée.</p>
<b>Recrutement, passerelles et dispositifs d'aide à la réussite</b>
<p>Le recrutement se fait de manière classique avec un dossier et un entretien. Il est cependant beaucoup trop tardif (en mai-juin et même septembre) pour laisser le temps aux candidats de rechercher une entreprise d'alternance et pour les accompagner dans leurs démarches. De gros efforts sont fournis pour faire connaître la licence professionnelle : participation à des forums, des portes ouvertes, salons, prises de contact avec les responsables de formations bac+2 techniques, notamment avec l'université de Strasbourg où la mise en place de passerelle est souhaitée. Les étudiants témoignent lors des portes ouvertes de l'IUT de Colmar, formule intéressante à généraliser. Il n'est pas fait mention, en dehors de ces témoignages d'étudiants, des outils de prospection utilisés pour attirer les techniciens vers le commerce (étude du marché de l'emploi, argumentaire à utiliser vis-à-vis des formations techniques intégrant des modules de commerce, témoignages d'étudiants...), ce qui semble une nécessité, vu le contexte.</p> <p>Chaque apprenti est accompagné individuellement par son tuteur universitaire. Tuteur et apprenti ont rendez-vous pour réaliser un bilan de l'apprentissage. Si nécessaire, d'autres rencontres ont lieu, ainsi qu'une éventuelle prise de contact avec le maître d'apprentissage.</p> <p>Un accès à la plateforme linguistique Voltaire pour aider à l'expression écrite et une aide à la réorientation de certains étudiants en échec (retour vers des filières technologiques, orientation vers la gestion...) sont proposés.</p> <p>Le dossier souligne à de nombreuses reprises le fait que l'équipe enseignante est confrontée au manque d'investissement personnel de certains étudiants.</p>
<b>Modalités d'enseignement et place du numérique</b>
<p>La formation est également accessible en VAE (cinq étudiants en ont bénéficié sur la période) et en congé individuel de formation (CIF).</p> <p>Les cours sont en présentiel sauf pour l'option Italien, pour lequel l'apprentissage se fait à distance <i>via</i> une plateforme. Peu de mises en situation réelles et transversales sont décrites, à part la négociation en langues étrangères.</p>

<p>La place du numérique dans la formation est minimale au regard du contexte actuel : il est enseigné de manière tout à fait classique dans les matières « technologies de l'information et de la communication », et il est utilisé par les étudiants et enseignants pour échange des cours, via la plateforme <i>Moodle</i>, disponible à l'IUT, sans qu'il y ait d'accent mis sur cet outil, par exemple dans la pratique commerciale des technico-commerciaux.</p>
<p><b>Evaluation des étudiants</b></p>
<p>La formation applique classiquement le contrôle continu pour les évaluations.          Les enseignants utilisent plusieurs techniques d'évaluation en lien avec les matières enseignées : étude de cas en groupe, devoirs sur table, présentations orales, mises en situation... Le projet tuteuré est évalué en février par l'enseignant tuteur, suivi d'un entretien d'explication. Le stage est évalué par l'enseignant non tuteur (50 % de la note), la soutenance (25 % de la note) et l'entreprise (25 % de la note).          Les crédits sont validés par un jury, composé de l'ensemble des enseignants, du chef de département et du directeur de l'IUT. Pour les étudiants n'ayant pas validé leur crédits, le jury débat sur un possible redoublement.</p>
<p><b>Suivi de l'acquisition de compétences</b></p>
<p>Le suivi des compétences se fait de manière rigoureuse, par l'intermédiaire des échanges individualisés entre enseignants et apprentis, et sur la base des modalités de suivi mis en place par le CFAU.          Un carnet de liaison contenant toutes les informations et règles de fonctionnement de la formation est fourni en début de cycle à tous les apprenants.          Les compétences acquises et non acquises des apprentis sont notées dans les deux fiches accessibles sur la plateforme pédagogique du CFAU. Elles sont validées électroniquement par les trois parties prenantes.          Le dossier ne fait pas état du suivi des compétences pour les étudiants qui sont en formation initiale.</p>
<p><b>Suivi des diplômés</b></p>
<p>Le suivi des diplômés est annoncé comme étant réalisé annuellement par e-mail et téléphone par la secrétaire des licences, ainsi que par le centre de formation des apprentis de l'université (CFAU) et par l'observatoire de l'université. La remise des diplômes permet également d'obtenir des retours sur la situation des diplômés. Le dossier ne donne pas davantage de précision sur les modalités de chacune de ces enquêtes (questionnaire utilisé, canal d'envoi, fréquence de la collecte, regroupement des informations obtenues par chacune de ces enquêtes...). Cela ne permet pas d'avoir une image fidèle de la démarche globale.          Il en est de même pour les tableaux restituant les données collectées. On dispose d'un tableau chiffré de l'observatoire pour les diplômés de 2011 à 2013 et d'un tableau chiffré de l'enquête interne pour les diplômés de 2011 à 2015. Ils sont juxtaposés sans en présenter l'articulation. Un seul tableau est commenté sans que l'on connaisse l'origine exacte des données présentées. On sait juste qu'elles datent de fin 2015 : elles ont donc été collectées en une seule fois, certainement en perspective de l'évaluation à venir. Elles ne permettent donc pas d'avoir une image du devenir de chaque promotion à 9 mois, 12 mois ou 30 mois, comme il est habituel de le faire, ce qui permet de comparer, sur une base identique, les promotions les unes par rapport aux autres.          Etant donné que les données de ce tableau ont toutes été collectées fin 2015, le taux de retour devient de plus en plus important entre 2012 et 2015, passant de 41 % pour les questionnaires concernant l'insertion professionnelle des diplômés de 2012 à 92 % pour 2015 : il a naturellement été plus compliqué de mobiliser trois ans après les diplômés de 2012 ; ce taux de retour, trois ans après, apparaît néanmoins comme étant très faible pour ce type de formation.          Les rencontres entre anciens et nouveaux étudiants ne sont pas mise en place faute de mobilisation des deux publics.</p>
<p><b>Conseil de perfectionnement et procédures d'autoévaluation</b></p>
<p>La licence professionnelle bénéficie d'un Conseil de perfectionnement constitué adéquatement (auquel sont membres les enseignants, professionnels, et avec la présence d'un représentant des étudiants), d'autoévaluations, d'une réunion de coordination et de réunions pédagogiques. De nombreuses opportunités de remontée des axes d'amélioration sont mises en place. Les étudiants évaluent la formation en fin d'année via un support écrit, cette évaluation est suivie d'une séance d'échange entre les étudiants et le responsable de formation. Ce dernier effectue régulièrement des autoévaluations de la licence professionnelle, il fait alors des suggestions en Conseil de perfectionnement et cela conduit à un certain nombre d'ajustements (modification de l'unité d'enseignement, appel à des maîtres de conférences, élaboration de fiches d'évaluation...). Un Conseil de perfectionnement annuel apprécie les résultats de l'année passée. Côté intervenants, ce sont les enseignants de l'université qui participent pour l'essentiel à ces réunions, les professionnels se mobilisant peu. Les suggestions des étudiants sont véritablement prises en compte et des enseignements ont été adaptés. L'analyse des taux d'échec sur le module de stage ou activité en entreprise a amené à donner la possibilité aux apprentis de soutenir seulement en septembre, un module de prospection téléphonique et des cours de marketing ont été ajoutés, des modules théoriques n'ont plus été programmés en début de formation...</p>



## Conclusion de l'évaluation

### Points forts :

- Une formation qui fait l'objet d'autoévaluations régulières, débouchant sur des adaptations de son organisation.
- La présence d'enseignants-chercheurs reliant activité de recherche et enseignement, ce qui conforte le caractère académique de la formation.
- Le principe de la mutualisation avec d'autres formations.

### Points faibles :

- Une insertion professionnelle irrégulière, insuffisante.
- Un recrutement trop tardif pour permettre une recherche sérieuse d'alternance par les étudiants, et qui peut expliquer le nombre de candidats parfois insuffisants.
- Des exigences sans doute trop fortes en matière d'analyse et de concepts au détriment de l'accompagnement à mener des missions de manière professionnelle.
- Un manque d'intervenants professionnels issus des secteurs industriels et un manque d'analyse du tissu industriel concerné.

### Avis global et recommandations :

La formation ne pose pas de problème majeur et répond à un véritable besoin. Son positionnement et sa forte ambition sont néanmoins en décalage avec les effectifs, les profils des étudiants recrutés et les contenus de la formation. La formation doit mettre en place des mesures pour faire face à la dégradation de ses résultats et à son manque d'attractivité.

Il conviendrait de réduire les ambitions et ne pas se disperser en cherchant à se positionner sur des profils à la fois techniques, ayant une appétence pour le commercial, doués pour les langues et à l'aise dans le questionnement, l'analyse et l'écriture pour ne pas susciter de déceptions. On devrait au contraire prioriser les objectifs en se recentrant sur le cœur de la formation « la vente en *Business to Business* » et se donner les moyens de les atteindre en :

- Augmentant les interventions de professionnels en *Business to Business* et en proposant aux maîtres d'apprentissage d'intervenir dans la formation. L'ensemble des présentations permettrait aux étudiants de découvrir la diversité des secteurs de la branche industrie, des problématiques commerciales et des métiers.
- Développant des relations, voire des partenariats avec des associations professionnelles.
- Avançant les dates de recrutements à mars-avril (cela permettrait de capter de meilleurs candidats) et en accompagnant au printemps les candidats dans leur recherche de contrats d'apprentissage.
- Essayant d'intégrer des professionnels ou demandeurs d'emploi à la recherche d'une double compétence.
- Recentrant sur l'aspect vente et négociation avec plus de mises en situation professionnelle.
- Développant une argumentation sur l'intérêt de la double compétence proposée, l'appuyant sur des témoignages d'anciens, sur une analyse du marché de l'emploi.
- Faisant soutenir systématiquement en septembre pour valoriser au mieux les apprentis, ce qui devrait permettre d'augmenter le taux de réussite.

# Observations des établissements

## OBSERVATIONS A PROPOS DU RAPPORT D'ÉVALUATION HCERES

### Licence Professionnelle TECHNICO-COMMERCIAL

Nous remercions les évaluateurs de l'HCERES pour l'attention portée au dossier d'évaluation ainsi que pour les suggestions formulées qui nous seront utiles pour la construction de la nouvelle offre de formation. Nous n'avons pas d'observations à vous transmettre.

Nous vous prions de recevoir, nos très respectueuses salutations.

La Présidente,

Christine GANGLOFF-ZIEGLER

