



HAL
open science

Licence professionnelle Marketing et réseaux de communication

Rapport Hcéres

► **To cite this version:**

Rapport d'évaluation d'une licence professionnelle. Licence professionnelle Marketing et réseaux de communication. 2017, Aix-Marseille université - AMU. hceres-02027994

HAL Id: hceres-02027994

<https://hal-hceres.archives-ouvertes.fr/hceres-02027994v1>

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 réseaux de communication

Aix-Marseille Université

Campagne d'évaluation 2016-2017 (Vague C)

Rapport publié le 29/06/2017

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 : Economie-Gestion

Établissement déposant : Aix-Marseille Université

Établissement(s) cohabilité(s) : /

Présentation de la formation

La licence professionnelle (LP) *Commerce spécialité Marketing et réseaux de communication* (MRC) est spécialisée dans la formation de commerciaux spécialistes du web. Cette spécialité recouvre de nombreux métiers comprenant des compétences communes. Elle est portée par l'institut universitaire de technologie (IUT) d'Aix-Marseille Université (AMU), département « Techniques de commercialisation ».

Cette formation propose des enseignements appliqués et professionnalisants tenant compte de l'évolution constante des métiers du secteur.

Analyse

Objectifs

L'objectif du diplôme est de former des commerciaux spécialistes du web. Les compétences nécessaires sont clairement identifiées et sont très diverses. Le marché étant demandeur de ces profils, la formation souhaite former les étudiants pour des postes polyvalents aussi bien pour les petites que les grandes entreprises. Les métiers listés reprennent aussi bien les métiers de la communication et du marketing que du e-commerce. L'accent est mis sur les aspects marketing et commerciaux des usages organisationnels d'Internet, du web et des « médias sociaux » (*e-mailing*, SEM-SEA-SEO, e-commerce, etc.).

A cet effort d'adéquation s'ajoute une volonté de certification qui sera un avantage évident pour les futurs diplômés comme preuve de leur capacité d'action opérationnelle. Entre 91,60 % et 100 % des étudiants obtiennent chaque année la certification google adwords et il faudrait aussi investir aussi sur ces certifications similaires sur facebook et le big data.

Organisation

Les unités d'enseignement (UE) consacrées aux applications concrètes sont cohérentes, exigeantes, qualifiantes et bien organisées. En revanche les deux premières ont des contenus trop hétérogènes (UE1 « Connaître l'environnement juridique et gérer des projets » ; UE2 « Maîtriser les stratégies d'entreprise et communiquer en anglais ») et traduisent une faiblesse sur l'aspect stratégique ; ce qui questionne la capacité d'évolution future des diplômés. Le faible nombre de crédits européens (crédits ECTS) attribués à ces disciplines les hiérarchisent comme secondaires et n'encouragent pas les étudiants à s'y investir. D'ailleurs, deux unités d'enseignement (stage et projets) représentent la moitié des crédits ECTS.

Le diplôme propose des certifications en langues (français et anglais), un atout pour le web.

Positionnement dans l'environnement
<p>Le diplôme a été construit après une fine analyse de l'existant aussi bien au niveau territorial (la formation a tissé des liens avec la chambre de commerce et d'industrie (CCI) de Marseille-Provence, la fédération DANTech (fédération des acteurs des nouvelles technologies) et la direction des relations industrielles de l'institut méditerranéen de technologie, offrant un lien avec les entreprises du secteur), éducatif (formation différenciée de la concurrence), qu'au niveau de la recherche (laboratoires de soutien : IRSIC institut de recherche en sciences de l'information et de la communication et Cret-Log centre de recherche sur le transport et la logistique, consacrés à la recherche appliquée ; ce qui permet d'adapter des savoirs immédiatement mobilisables). Le lien avec le milieu professionnel est particulièrement développé avec les entreprises et les réseaux socio-professionnels. Il permet à la fois l'enrichissement des cours et des débouchés immédiats pour les diplômés.</p> <p>Comme cela est souligné dans le dossier d'autoévaluation, il serait intéressant de développer l'alternance afin de favoriser l'insertion des étudiants dans le milieu économique local et régional.</p>
Equipe pédagogique
<p>Le diplôme est géré par un binôme d'enseignants-chercheurs aux tâches bien délimitées et complémentaires (disciplines connexes : information-communication et gestion). Les enseignants et enseignants-chercheurs assurent 38 % du volume horaire de la formation, les professionnels associés 15 % et les professionnels vacataires 38 %. La formation est pensée pour offrir un bon équilibre entre les interventions des enseignants et des professionnels. Il s'agit d'un vrai travail d'équipe, assuré par un nombre de réunions conséquent auxquelles les étudiants participent.</p> <p>Quatre réunions ont lieu chaque année : perfectionnement, délibérations et deux réunions pédagogiques en présence des délégués des étudiants. S'ajoute à cela un conseil annuel du département « Techniques de commercialisation » de l'institut universitaire de technologie IUT.</p>
Effectifs, insertion professionnelle et poursuite d'études
<p>L'insertion professionnelle est pensée dès le recrutement. Des acquis sont nécessaires pour réussir le diplôme et surtout l'insertion dans les métiers ciblés. La stabilité des effectifs (24 par an) est la preuve de l'attractivité de la LP. Un effort a été fait depuis la précédente évaluation afin de recruter un public plus divers (diplôme universitaire de technologie (DUT), 2^{ème} année de licence (L2), brevet de technicien supérieur (BTS)). L'attractivité de la licence est forte (450 dossiers par an en moyenne pour 24 places).</p> <p>Le taux de réussite au diplôme est de 100 %.</p> <p>L'AMU réalise une enquête à 30 mois sur l'insertion professionnelle et il existe également une enquête interne à 6 mois. Les taux de réponses à 30 mois sont bons (autour de 65 %) et à 6 mois (autour de 70 %). Les résultats sur la période sont constants et cohérents entre les enquêtes à 6 mois et ceux à 30 mois. Ainsi, il ressort que sur une promotion, en moyenne 10 % (deux à trois étudiants) poursuivent leurs études, 10 % sont en recherche d'emploi et donc, 80 % sont en emploi. Les diplômés trouvent un emploi en adéquation avec leur formation après un an. Cette insertion professionnelle valide la pertinence de la formation. Les salaires d'embauche sont très bons et en amélioration.</p> <p>Aucune information n'a été fournie quant à la nature de la poursuite d'études (deux à trois étudiants par promotion).</p>
Place de la recherche
<p>Le diplôme est adossé à deux laboratoires impliqués dans la recherche appliquée. Les travaux des enseignants-chercheurs sont en parfaite adéquation et cohérence avec les cours dispensés, offrant ainsi des connaissances à jour et correspondant aux besoins des étudiants.</p>
Place de la professionnalisation
<p>La LP est parfaitement orientée vers la professionnalisation. Le contenu des UE est tourné vers des savoirs majoritairement mobilisables dans un contexte professionnel. Un accompagnement personnel est accompli tout au long de l'année au bénéfice de l'étudiant qui dispose d'outils et de ressources pour progresser. L'équilibre entre intervention d'enseignants et de professionnels est assuré. Des conférences complètent les cours. Des projets tuteurés permettent de mettre en condition professionnelle les étudiants, et le stage assure une immersion.</p> <p>Les liens avec les entreprises locales par le biais des stages ou projets divers, la participation des professionnels aux différents conseils ou soutenances ainsi que la possibilité offerte aux étudiants de passer des certifications font que la professionnalisation a une place centrale et bien construite dans cette LP.</p> <p>Néanmoins, très orientée google, la formation pourrait renforcer les enseignements sur les réseaux sociaux et ainsi renforcer les compétences de base en community management et des créations de contenus communautaires ou de marque (et intégration/échanges avec les communautés) orientés marketplace. De même, le big data explose depuis 2012 et mériterait d'avoir une place plus importante.</p>

Place des projets et des stages
<p>Il existe un vrai effort d'accompagnement des étudiants par les formateurs facilitant la recherche et l'obtention de stages. Une validation des missions à réaliser est faite afin de s'assurer de leur lien avec les compétences visées par le diplôme. Le stage est de 16 semaines minimum (20 crédits ECTS)</p> <p>La notoriété et l'ancienneté de la LP a permis de fidéliser un certain nombre d'entreprises qui envoient spontanément des propositions de stages.</p> <p>Les projets tuteurés bénéficient de la même qualité d'accompagnement. Ils représentent 10 crédits ECTS mais le dossier d'autoévaluation ne renseigne pas sur le volume horaire et il n'est donc pas possible de vérifier qu'il représente bien 25 % du volume de la maquette hors stage.</p> <p>Les stages et les projets sont évalués par une note sur le rapport écrit et une note sur la soutenance orale.</p>
Place de l'international
<p>Des étudiants chinois intègrent la licence chaque année, assurant une diversité bénéfique à tous. La maquette prévoit des cours d'anglais et la possibilité de préparer le TOEIC (<i>Test of english for international communication</i>). Les étudiants ont aussi la possibilité de faire des stages à l'étranger. Cette option est encore trop peu privilégiée à ce jour par les étudiants mais qui sont un véritable atout pour les étudiants voulant progresser dans un milieu professionnel au lexique très anglophone et leur offre une perspective de travailler à l'étranger.</p>
Recrutement, passerelles et dispositifs d'aide à la réussite
<p>La licence bénéficie d'une grande attractivité qui lui permet de bien sélectionner les étudiants de chaque promotion. Chaque étudiant jouit de plusieurs dispositifs de suivi (cours de remise à niveau, suivi individualisé etc.) et de perfectionnement prenant en compte ses qualités et ses lacunes. Cela permet à l'étudiant d'évoluer au mieux et à la licence de se permettre un recrutement fondé sur la diversité. Le recrutement d'étudiants titulaires d'une L2 ou en formation continue reste difficile.</p> <p>L'accompagnement des étudiants est un aspect bien développé de cette formation, et le recrutement semble prendre en compte la diversité des profils. Un renforcement de la formation continue (au vu des compétences auxquelles forme la licence) serait un plus.</p>
Modalités d'enseignement et place du numérique
<p>La formation est organisée autour de la culture numérique et des compétences associées. Les contenus pédagogiques sont disponibles en ligne.</p> <p>Un projet de classe inversée pourrait permettre d'intégrer encore davantage la culture numérique tout en recentrant les cours sur la compréhension et l'expérimentation.</p>
Evaluation des étudiants
<p>Les modes d'évaluation sont choisis en fonction des objectifs des cours et des attentes en matière d'acquisition de compétences. Ainsi, l'évaluation des étudiants regroupe à la fois des épreuves individuelles et collectives, écrites et orales avec un souci d'épreuves transversales qui permettent de juger de l'intégration globale des cours.</p> <p>L'année est bien semestrialisée. Les UE se compensent à l'exception de l'UE stage et UE projet professionnel.</p>
Suivi de l'acquisition de compétences
<p>Les compétences ou capacités attestées dans le supplément au diplôme sont très larges et couvrent bien le domaine du commerce et marketing en ligne. Les enseignements les plus techniques sont assurés par des intervenants professionnels, ce qui permet de réactualiser ces compétences en fonction des évolutions du domaine ou des besoins des organisations. Chaque étudiant peut se référer à un livret étudiant, et les différents projets permettent de mesurer l'évolution de chaque étudiant.</p> <p>Par ailleurs, les trois possibilités de certifications (google adwords, TOEIC et voltaire) sont autant d'atouts à portée des étudiants.</p>
Suivi des diplômés
<p>Le système statistique de suivi de l'insertion professionnelle est classique avec un taux de réponse de 65 % à 70 % et fournis des informations sur la nature des emplois occupés, les salaires, la durée de recherche du premier emploi...</p>

De même, de nombreux efforts sont faits pour garder le lien avec les diplômés via le réseau des anciens qui est réuni autour d'intérêts communs et d'événementiels.

Conseil de perfectionnement et procédures d'autoévaluation

L'autoévaluation est précise et systématique ; ce qui permet des retours immédiats très utiles pour les évolutions futures, aussi bien au niveau de chaque cours que de l'ensemble de la formation. La composition du conseil de perfectionnement est conforme à la réglementation en vigueur.

Les réunions pédagogiques semblent fréquentes et adaptées au fonctionnement de la formation.

Conclusion de l'évaluation

Points forts :

- Beaucoup de cours très orientés vers le monde professionnel, par ailleurs très présent.
- Un suivi individuel détaillé et systématique (durant les cours et en stage).
- La préparation à des certifications professionnelles et linguistiques.
- Une bonne insertion professionnelle.

Points faibles :

- Place faible des contenus pédagogiques formant aux réseaux sociaux et permettant de développer des compétences de *community manager* et en lien avec le big data.
- Faible part consacrée à la stratégie et particulièrement à la stratégie de marque, ce qui ne donne pas une vue suffisamment globale du métier aux étudiants.
- Une licence peu tournée vers l'international alors que le domaine étudié et les compétences transmises permettraient des échanges et partenariats internationaux pertinents.

Avis global et recommandations :

La LP *Marketing et réseaux de communication* est une très bonne formation et ambitieuse en termes de compétences à acquérir et assurant une bonne insertion professionnelle aux diplômés. La formation est en adéquation avec les besoins du marché et la nécessaire acquisition de compétences numériques en constante évolution. Les étudiants bénéficient d'un fort suivi de la part de l'équipe enseignante, qui sait elle-même discuter et interroger ses pratiques et modes d'organisation.

En termes de compétences, il serait utile de plus focaliser sur l'articulation entre la stratégie de marque et la connaissance et l'usage des réseaux sociaux où les investissements publicitaires sont devenus conséquents.

Il est recommandé, également, de développer l'aspect international de la licence, de renforcer les liens avec les anciens et les organisations locales. La mise en place de plus nombreux projets tuteurés avec des entreprises locales (plutôt qu'un seul partenaire), ou encore le développement d'événements avec des anciens en poste à l'international pourraient être des pistes à explorer.

Observations de l'établissement

Le Président de l'université

à

Monsieur Jean-Marc GEIB
HCERES
Directeur du Département d'Évaluation des
Formations

Objet : Observations aux rapport d'évaluation
des experts HCERES sur les formations
N/Réf. : DEVE/PF/IDP/NA

Dossier suivi par Nathalie ALMERAS
Tél : 04 42 17 27 31
nathalie.almeras@univ-amu.fr

Pièce(s) jointe(s) : 1 document

Marseille, le lundi 24 avril 2017

Monsieur,

Nous faisons suite à votre mail du 6 avril 2017 dans lequel vous nous communiquez le rapport d'évaluation HCERES sur les formations et les champs de formations.

Comme demandé dans ledit mail, nous vous faisons part de nos observations dans le document joint.

Nous vous souhaitons bonne réception et vous prions de croire, Monsieur le Directeur, à l'expression de nos respectueuses salutations.

Yvon Berland



Observations émises en réponse au rapport du HCERES (vague C)

Licence professionnelle

**N° du rapport HCERES :
418628**

**Intitulé de la formation :
Commerce
spécialité Marketing et
réseaux de communication**

Avril 2017

**Observations émises en réponse
au rapport du
HCERES (vague C)**

Rubrique	Réponse
-----------------	----------------

Conclusion de l'évaluation	
Avis global et recommandations	<p>Comme l'avis global sur la licence professionnelle Marketing et Réseaux de Communication est très positif (indiquant qu'elle est "une très bonne formation, ambitieuse en termes de compétences à acquérir et assurant une bonne insertion professionnelle des diplômés"), notre réponse est courte.</p> <p>Pour les deux recommandations liées au développement de l'aspect international et à la mise en place de projets tutorés avec des entreprises locales, nous envisagerons des solutions correctives au plus tôt.</p>
