



**HAL**  
open science

**Licence professionnelle Marketing relationnel et  
négociation**  
Rapport Hcéres

► **To cite this version:**

Rapport d'évaluation d'une licence professionnelle. Licence professionnelle Marketing relationnel et négociation. 2017, Aix-Marseille université - AMU. hceres-02028056

**HAL Id: hceres-02028056**

**<https://hal-hceres.archives-ouvertes.fr/hceres-02028056v1>**

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 Commerce spécialité Marketing relationnel et négociation

Aix-Marseille Université

# 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(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 relationnel et négociation* est une formation centrée sur l'animation de la relation client. Elle est multisectorielle et bénéficie de liens solides avec les entreprises du territoire. Elle a subi d'importantes évolutions ces dernières années qui se traduisent aujourd'hui par une diminution importante du nombre d'étudiants, un recentrage sur les contrats de professionnalisation et une diminution du nombre de poursuites d'études qui avait atteint des proportions importantes. Les ambitions futures de la licence résident dans la mise en place d'une démarche compétences, une plus grande focalisation sur les aspects de gestion de la relation client (CRM - *customer relationship management*) et la mutualisation de certains cours. La licence professionnelle est proposée par l'IUT (institut universitaire de technologie) Aix-Marseille sur le campus St Jérôme.

## Analyse

<b>Objectifs</b>
La LP vise à développer les compétences des étudiants dans la gestion de la relation client en lien avec les besoins exprimés sur le bassin d'emploi. Face à la complexification grandissante dans la gestion de la relation client et d'un besoin de compétences renforcé, la formation permet à des profils techniques d'acquérir ces nouvelles compétences.
<b>Organisation</b>
La LP est organisée en deux semestres et cinq unités d'enseignement (UE). Une UE est consacrée au projet tuteuré et au stage d'insertion professionnelle. Il importerait que cette UE soit scindée en deux pour répondre aux exigences du cadre réglementaire des LP. L'organisation est équilibrée avec un premier semestre plus théorique et un second semestre centré sur les aspects opérationnels. Le dossier d'autoévaluation de la LP ne fait pas de retours précis sur le fonctionnement opérationnel de la licence. L'enchaînement des différentes UE n'est pas suffisamment présenté.
<b>Positionnement dans l'environnement</b>
Le dossier ne comporte pas d'éléments permettant d'apprécier son positionnement parmi les LP équivalentes proposées au niveau régional à l'exception de la LP <i>Action commerciale inter-entreprise (ACI)</i> dispensée sur le campus d'Aix. La proximité thématique entre ces deux licences pourrait amener à une mutualisation des enseignements communs et à une meilleure différenciation des spécialités afin de clarifier l'offre de formation auprès des étudiants et partenaires.

<p>L'insertion de la formation dans le tissu économique local est bonne, avec des partenaires de renom au niveau national et de nombreuses PME-PMI au niveau local. De plus, le positionnement multisectoriel de la formation permet diplômés de répondre aux besoins des entreprises. Le taux de satisfaction des partenaires est très élevé (93 %). Néanmoins, il importe que les contrats d'alternance puissent reposer sur des relations institutionnelles et pas seulement interpersonnelles (les contrats reposent essentiellement sur le réseau relationnel du responsable de la formation). C'est la raison pour laquelle un outil CRM va être mis en place afin de suivre et fidéliser les partenaires de la formation, ce qui semble très pertinent.</p>
<b>Equipe pédagogique</b>
<p>L'équipe pédagogique est relativement stable depuis 2006 et semble équilibrée avec une majorité d'enseignants (54 %) et 46 % de praticiens intervenant sur le cœur de métier de la LP. La licence est portée par un enseignant-chercheur en informatique de l'Université Aix Marseille.</p>
<b>Effectifs, insertion professionnelle et poursuite d'études</b>
<p>La majorité des étudiants sont titulaires de BTS (Brevet de technicien supérieur) et de DUT (Diplôme universitaire de technologie), et très peu proviennent d'autres formations, notamment depuis la suppression du groupe en formation initiale. Ces éléments semblent cohérents avec les choix stratégiques des responsables pédagogiques et l'objectif professionnalisant de la formation. L'effectif de la formation a diminué de moitié en 2015-2016 (passage de 63 à 35 étudiants) du fait de la suppression du groupe d'étudiants en formation initiale pour lequel le taux de poursuites d'études après la LP était trop important (plus de 50 % jusqu'en 2013). Depuis la suppression du groupe en formation initiale, le taux d'insertion professionnelle est monté à 69 % à 6 mois, dans des postes essentiellement commerciaux. Les efforts consentis pour réduire la poursuite d'étude doivent être maintenus afin de réduire encore ce taux. Les alternants sont essentiellement des contrats de professionnalisation, une ouverture de la formation en apprentissage est envisagée.</p>
<b>Place de la recherche</b>
<p>Des efforts pour mieux lier l'enseignement et la recherche apparaissent nécessaires en particulier au niveau des stages et projets tuteurés dont les contenus et la structuration pourraient s'articuler avec une activité scientifique. Une intégration de doctorants et la rédaction d'études de cas sont envisagées à l'avenir afin de renforcer encore les liens entre la formation et la recherche.</p>
<b>Place de la professionnalisation</b>
<p>La formation ne s'effectue qu'en alternance ce qui facilite la professionnalisation et permet d'entretenir des liens forts avec les partenaires entreprises. La volonté de compléter les contrats pro par des contrats d'apprentissage permettrait de toucher des grands groupes qui privilégient ces dispositifs. Une stratégie de réseau avec les grands acteurs économiques et les chambres consulaires semble indispensable afin d'asseoir la notoriété de la formation et développer un portefeuille d'entreprises susceptibles d'accueillir des stagiaires. La fiche RNCP (répertoire national des compétences professionnelles) est complète et précise bien les compétences et métiers visés.</p>
<b>Place des projets et des stages</b>
<p>Les alternants sont encadrés tout au long de l'année universitaire pour leur permettre de mener à bien leur mémoire de stage et afin de s'assurer de leur progression. Les projets tuteurés sont orientés vers la maîtrise de logiciels professionnalisant afin de développer les compétences des étudiants en la matière. Il importerait qu'il représente 25 % du volume horaire global de la formation hors stage et que les modalités de suivi et d'évaluation soient précisées. La programmation de l'alternance pourrait être revue pour permettre aux étudiants de mener à bien leurs projets tuteurés car le chevauchement entre les périodes en entreprise et le temps nécessaire à la réalisation des projets tuteurés n'est pas toujours évident pour les étudiants. Des réflexions sont en cours sur ce point. Le stage est sanctionné par la remise d'un rapport écrit et par une soutenance orale devant un jury.</p>

<b>Place de l'international</b>
<p>Hormis l'enseignement de l'anglais, qui se concrétise par le passage du TOEIC (<i>Test of english for international communication</i>) par les étudiants, la place de l'international est très faible dans la formation. En effet, elle se place volontairement sur le marché domestique et aucune perspective d'évolution à l'international n'est envisagée dans un avenir proche. Notons que ce positionnement sur la question de l'international est cohérent par rapport aux contenus et objectifs de la licence.</p>
<b>Recrutement, passerelles et dispositifs d'aide à la réussite</b>
<p>La grande majorité des étudiants proviennent de Bac + 2 (DUT et BTS). La sélection se fait dans un premier temps sur dossier et ensuite via un entretien de recrutement. A la rentrée 2016, il y a eu 540 demandes pour le groupe en alternance et 362 pour la formation continue pour une trentaine de places. Une « segmentation marketing » est utilisée afin de sélectionner les étudiants en fonction des profils qui ont réussi les années précédentes. Cet outil permet d'affiner les recrutements en fonction des projets des étudiants et des profils des anciens diplômés ayant réussi leur insertion professionnelle. L'utilisation de cette segmentation pourrait toutefois aboutir à écarter des profils nouveaux mieux adaptés à des contextes inédits.</p>
<b>Modalités d'enseignement et place du numérique</b>
<p>La mixité des publics (alternants et formation continue) apporte indéniablement un plus à l'animation de la formation par le partage d'expériences. La licence est organisée selon un rythme d'alternance hebdomadaire de 2 jours à l'IUT et 3 jours en entreprise.</p> <p>Les outils du numérique sont utilisés de manière hétérogène par les enseignants, les intervenants extérieurs n'ayant pas accès aux plateformes en ligne par exemple. Il importera de poursuivre le déploiement de la plateforme numérique Ametice. Par ailleurs, la place du numérique au sein des maquettes devrait être renforcée.</p>
<b>Evaluation des étudiants</b>
<p>L'évaluation des étudiants se fait via des contrôles continus et des examens terminaux. Une session de rattrapage est prévue. Le contrôle continu est réalisé suivant plusieurs modalités (exposés, contrôle oral des connaissances, travaux personnels à effectuer individuellement ou en groupe). Cette diversité de l'évaluation vise à développer chez les étudiants des capacités d'expression écrite et orale, et à favoriser le travail en équipe et la maîtrise de la gestion du temps.</p> <p>Les modalités d'évaluation sont classiques et conformes au fonctionnement d'une LP. Il faut cependant veiller à bien répartir les évaluations sur tout le temps académique afin qu'il n'y ait pas concentration dans le temps pour les étudiants. Les responsables souhaitent mobiliser le logiciel Ametice pour faciliter les processus d'autoévaluation des étudiants (sous la forme de QCM, d'exercices corrigés).</p>
<b>Suivi de l'acquisition de compétences</b>
<p>La LP est organisée afin de proposer un parcours permettant l'acquisition de connaissances et le développement de compétences opérationnelles. Le responsable de la LP occupe une place centrale dans le dispositif. La mixité enseignants-chercheurs et professionnels est recherchée même si plus de professionnels sont investis dans la licence. A ce jour, le référentiel de compétences est en phase d'élaboration et devra être opérationnalisé à l'échelle du dispositif pédagogique.</p>
<b>Suivi des diplômés</b>
<p>Un dispositif d'enquêtes à 6, 18 et 30 mois animé par l'IUT et les services centraux d'AMU permet un suivi des diplômés. Ce double dispositif peut parfois être contreproductif auprès des diplômés qui ne comprennent pas pourquoi ils sont sollicités par des services différents d'une même université, ce qui pourrait en partie expliquer le taux de réponse aux enquêtes (60 %) et pourrait biaiser les analyses.</p> <p>Il n'existe pas d'association des anciens et les outils du web numérique ne sont pas mobilisés.</p>

### Conseil de perfectionnement et procédures d'autoévaluation

Un conseil de perfectionnement composé d'enseignants, de professionnels et d'étudiants se réunit une fois par an. Les enseignements sont évalués dans le cadre des procédures prévues par la certification Iso 9001 pour garantir la qualité des enseignements dispensés chaque année. Ces éléments ne semblent pas être discutés à l'occasion des conseils de perfectionnement. Les responsables pédagogiques souhaiteraient que des anciens diplômés ainsi que des membres des observatoires des métiers puissent participer à ces conseils de perfectionnement qui pourraient s'ouvrir aux perspectives d'évolution des métiers auxquels les étudiants sont formés.

Evalués chaque année, les enseignements satisfont les étudiants à plus de 70 % (90 % en 2015).

## Conclusion de l'évaluation

### Points forts :

- Une formation proposée uniquement en alternance (contrats de professionnalisation) permettant un fort ancrage professionnel.
- Une formation au marketing multisectoriel se traduisant par une insertion rapide des diplômés.

### Points faibles :

- Faible utilisation des outils du type réseau sociaux pour suivre les anciens. Difficulté à tracer le devenir des diplômés à travers les enquêtes.
- Faiblesse des liens avec le tissu économique local et national afin de développer un portefeuille d'entreprises pour accueillir les étudiants en alternance.
- Organisation de la maquette non conforme à la réglementation (UE stage et projet).
- Les contenus pédagogiques (enjeux du numérique sur le marketing et les relations commerciales) sont insuffisamment pris en compte.
- La mobilisation des outils du numérique est à ce jour trop faible. L'équipe pédagogique dans son ensemble doit monter en compétence sur les nouvelles méthodes pédagogiques.

### Avis global et recommandations :

La licence professionnelle *Commerce spécialité Marketing relationnel et négociation* a sa place dans l'offre de formation du champ *Economie-Gestion* d'AMU dans la mesure où elle forme des commerciaux qualifiés en lien avec les demandes exprimées par les entreprises partenaires.

La licence a fait l'objet d'une importante évolution en 2015 avec un recentrage sur la formation en alternance dans le cadre de contrats de professionnalisation. Ce changement s'est accompagné d'une baisse importante des effectifs (63 à 32). Il s'en suit un meilleur suivi et une plus grande professionnalisation des étudiants. Il importera à l'avenir de penser les enseignements au vu des innovations liées au numérique ou à l'actualité de la recherche en marketing.

Un plus grand investissement sur le réseau des anciens pourrait permettre de développer les partenariats et faire évoluer les apprentissages. L'effort engagé pour réduire le taux de poursuite d'étude devrait être maintenu dans les années à venir.

# 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](mailto: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 :  
418721**

**Intitulé de la formation :  
Commerce  
spécialité Marketing relationnel  
et négociation**

**Avril 2017**

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

Rubrique	Réponse
----------	---------

Analyse	
<b>Organisation</b>	Actuellement, le stage (alternance) fait l'objet d'une seule UE (UE5), le projet est quant à lui dans l'UE 4, associé au mémoire. Ce découpage sera revu dans la nouvelle offre de formation (une UE pour le stage et le mémoire, une UE pour le projet).
<b>Positionnement dans l'environnement</b>	Dans la nouvelle offre de formation d'AMU, la licence professionnelle est rattachée à la mention <i>Commercialisation des produits et services</i> , parcours <i>Marketing Relationnel et Négociation en B to C</i> . Dans cette même mention, un deuxième parcours est proposé, <i>Action Commerciale Inter-entreprises en B to B</i> . Ainsi les deux parcours sont bien identifiés.
<b>Effectifs, insertion professionnelle et poursuite d'études</b>	Le développement de la LP se poursuivra uniquement dans le cadre de l'alternance afin de renforcer le taux d'insertion professionnelle.
<b>Place de la recherche</b>	Depuis deux ans, un moniteur, doctorant en Sciences de Gestion, intervient dans le cadre d'un enseignement sous forme de projet sur l'utilisation d'un outil CRM. Ce type de collaboration avec des doctorants sera conservé et développé en fonction des postes de moniteurs affectés au département GEA.
<b>Place de la professionnalisation</b>	Dans le cadre de la nouvelle offre de formation, une extension de périmètre de l'apprentissage avec la Licence ACI (deuxième parcours de la nouvelle mention) est effectivement envisagée.
<b>Place des projets et des stages</b>	Les thèmes des projets sont orientés vers l'utilisation des outils logiciels professionnels (Suite ADOBE, logiciels CRM), donnant lieu à des réalisations personnelles ou en groupes, avec une présentation finale devant un jury d'enseignants et d'intervenants professionnels.
<b>Place de l'international</b>	Depuis la rentrée de septembre, l'IUT a fait l'acquisition d'un abonnement à la plateforme <i>Rosetta Stone</i> . Les étudiants de la licence ont un libre accès à des formations en ligne en anglais pour compléter les cours en présentiel.

<b>Modalités d'enseignement et place du numérique</b>	Depuis la rentrée de septembre, l'IUT a mis en place via Ametice une plateforme de mutualisation de cours, Transpoc. De plus, la place du numérique dans les pédagogies alternatives est centrale ; celles-ci seront accompagnées par un ingénieur pédagogique qui aidera au développement de ces outils, en particulier la mobilisation d'Ametice.
<b>Suivi de l'acquisition de compétences</b>	Dans le cadre de la nouvelle architecture de l'offre de formation d'AMU, les objectifs et l'organisation de la licence sont décrits en termes de compétences liées aux métiers visés.
<b>Suivi des diplômés</b>	Une association des anciens étudiants doit être créée pour favoriser les contacts entre anciennes et nouvelles promotions (organisation de rencontres, diffusion d'offres d'emploi ou de contrats d'alternance possibles, présence sur les réseaux sociaux).



## Conclusion de l'évaluation

<b>Points faibles</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'association des anciens de la LP qui doit être créée permettra de mieux suivre le devenir des diplômés et d'établir un réseau professionnel entre les promotions.</li> <li>- La mise en place d'un outil CRM pour gérer et fidéliser les entreprises qui accueillent les alternants de nos différentes LP va permettre de créer de véritables partenariats.</li> <li>- La définition de la nouvelle offre de formation d'AMU entraîne une redéfinition de la maquette de la LP en termes de compétences, une mise à jour des enseignements tenant compte de la place de plus en plus importante des outils numériques (notion de e-marketing, outils CRM, ...).</li> <li>- Incitation pour tous les membres de l'équipe pédagogique à utiliser les ressources numériques de l'Université, et à développer ses propres ressources via la plate-forme Amétice.</li> </ul>
-----------------------	--

