



HAL
open science

Licence professionnelle Marketing et communication

Rapport Hcéres

► **To cite this version:**

Rapport d'évaluation d'une licence professionnelle. Licence professionnelle Marketing et communication. 2012, Université de Corse Pasquale Paoli. hceres-02028232

HAL Id: hceres-02028232

<https://hal-hceres.archives-ouvertes.fr/hceres-02028232>

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.



agence d'évaluation de la recherche
et de l'enseignement supérieur

Section des Formations et des diplômes

Rapport d'évaluation de la licence professionnelle



Marketing et communication

de l'Université de Corse
Pasquale Paoli

Vague C 2013-2017

Campagne d'évaluation 2011-2012



agence d'évaluation de la recherche
et de l'enseignement supérieur

Section des Formations et des diplômes

Le Président de l'AERES

Didier Houssin

Section des Formations
et des diplômes

Le Directeur

Jean-Marc Geib



Evaluation des diplômes

Licences Professionnelles – Vague C

Académie : Corse

Établissement déposant : Université de Corse Pasquale Paoli

Académie(s) : /

Etablissement(s) co-habilité(s) : /

Spécialité : Marketing et communication

Dénomination nationale : SP5-Commerce

Demande n° S3LP130004072

Périmètre de la formation

- Site(s) (lieux où la formation est dispensée, y compris pour les diplômes délocalisés) : IUT de Corte
- Délocalisation(s) : /
- Diplôme(s) conjoint(s) avec un (des) établissement(s) à l'étranger : /
- Convention(s) avec le monde professionnel : /
- Secteur professionnel demandé : SP5-Echange et gestion

Présentation de la spécialité

La spécialité prépare aux métiers du commerce et de la vente ainsi qu'aux fonctions d'encadrement et de management commercial. Cette formation vise l'acquisition de compétences liées à la gestion commerciale et au marketing d'une organisation, la compréhension du fonctionnement des marchés insulaires, nationaux et internationaux, ainsi que l'apprentissage et la maîtrise des techniques de management. Les métiers visés sont : responsable marketing/commercial, responsable communication, assistant commercial, chef de produit export, chef de marché, manager de rayon...

Cette spécialité, ouverte en 2002, est proposée en formation initiale et en alternance. Elle est portée par l'IUT de Corte. Elle complète l'offre de formation de l'université de Corse dans le domaine *Droit, économie, gestion*, aux côtés des DUT *Gestion des entreprises et des administrations ; Techniques de commercialisation*, d'une licence *Economie et gestion* et de masters *Administration des entreprises et Marketing*. Cette formation ne rencontre pas de concurrence sur le territoire régional, mais des formations analogues existent sur le continent (Tours, La Rochelle, Lille 2, Clermont-Ferrand 2, Besançon).

Synthèse de l'évaluation

- Appréciation globale :

L'environnement économique insulaire est fortement composé de très petites et moyennes entreprises où la polyvalence est un atout important pour le développement de leurs activités. Ces entreprises recherchent souvent des personnes pluri-compétentes capables de mettre en place des actions commerciales (nationales et internationales), orientées vers le marketing et la communication. La spécialité répond à ce besoin et le rapprochement des trois compétences (commerce, communication et marketing) dans ces objectifs de formation est judicieux. Forte de son expérience de neuf ans, le bilan de cette formation est satisfaisant.

Malgré un environnement économique favorable et un positionnement propice dans l'offre de formation de l'université, l'attractivité demeure curieusement faible. Le taux de pression souvent inférieur à 2, ne permet pas d'obtenir des effectifs stables, qui peuvent varier entre treize et vingt-huit étudiants, issus pour la plupart de DUT et de BTS. Il est regretté l'absence d'étudiants issus de L2. Adossée à un CFA universitaire, la formation est ouverte en alternance : la progression du nombre d'apprentis est remarquable.

Le suivi des diplômés est assuré de manière fiable par les enquêtes internes à douze mois, lesquelles concluent à une insertion professionnelle satisfaisante, avec deux-tiers des diplômés en emploi et avec une durée moyenne de recherche d'emploi de trois mois. Les postes occupés ne relèvent pas toujours de l'agroalimentaire (secteur visé initialement par la formation), ce qui justifie l'élargissement de la formation à d'autres secteurs d'activités. Le taux de poursuites d'études est en diminution et peut être corrélé à l'augmentation du nombre d'apprentis.

Depuis 2002, les relations avec le monde socioprofessionnel se sont enrichies. Ces liens ne s'appuient pas sur des partenariats conventionnés mais sur de nombreuses lettres de soutien. L'implication des professionnels se traduit par des enseignements dans le cœur de métier (à hauteur de 58 % du volume horaire global, en incluant les PAST), par l'accueil de stagiaires et d'apprentis, et par leur participation au comité de pilotage et au conseil de perfectionnement.

La maquette pédagogique et le règlement des examens (articles 4 et 5) ne sont pas conformes à l'arrêté de 1999 relatif aux licences professionnelles, imposant que le stage et le projet tuteuré constituent chacun une unité d'enseignement (UE), que les coefficients de chaque UE varient dans un rapport de 1 à 3, que la compensation s'effectue sans note éliminatoire. Par ailleurs, l'autoévaluation est de qualité insuffisante en termes d'explication des notes retenues. Les prospectives sont quant-à-elles bien présentées et pertinentes.

- Points forts :

- Orientation vers la double compétence marketing-communication.
- Bonne orientation vers l'apprentissage.
- Forte implication des professionnels.

- Points faibles :

- Autoévaluation succincte.
- Pas d'inscrits issus de L2.
- Répartitions des coefficients et des UE non conformes.

Recommandations pour l'établissement

L'articulation de cette licence professionnelle dans le domaine *Droit, économie, gestion* de l'université n'est pas avérée : des collaborations entre les différentes formations relevant du commerce et du marketing devraient naître pour faciliter la mise en place de modules d'intégration et pour positionner cette spécialité comme une sortie professionnalisante dans les filières « Licences ».

Il est conseillé de revoir la répartition des coefficients et des UE, ainsi que le règlement des examens de manière à se mettre en conformité avec l'arrêté de 1999 relatif aux licences professionnelles.

Notation

- Note de la spécialité (A+, A, B ou C) : A

Indicateurs

TABLEAU DES INDICATEURS DE LA SPECIALITE (fourni par l'établissement)			
	2008-2009	2009-2010	2010-2011
Nombre d'inscrits	17	28	17
Taux de réussite	94	93	83
Pourcentage d'inscrits venant de L2			
Pourcentage d'inscrits venant de DUT	88	86	53
Pourcentage d'inscrits venant de BTS	12	14	47
Pourcentage d'inscrits en formation initiale (hors apprentissage et contrats de professionnalisation)	35	18	35
Pourcentage d'inscrits en formation continue			
Pourcentage d'inscrits en contrat en alternance (d'apprentissage ou de professionnalisation)	65	82	65
Pourcentage d'enseignements assurés par des professionnels	50	55	55
ENQUETES NATIONALES (à 30 mois)			
	2007	2008	2009
Taux de répondants à l'enquête	23	55	
Pourcentage de diplômés en emploi (2)	33	100	
Pourcentage de diplômés en poursuite d'études (2)	0	0	
Pourcentage de diplômés en recherche d'emploi (2)	66	0	
ENQUETES DE SUIVI PROPRE DE LA FORMATION (à 12 mois)			
	2008	2009	2010
Taux de répondants à l'enquête	61	65	64
Pourcentage de diplômés en emploi (2)	63	64	67
Pourcentage de diplômés en poursuite d'études (2)	37	18	22
Pourcentage de diplômés en recherche d'emploi (2)	0	18	11

(1) Données des trois dernières années (pour lesquelles on dispose du nombre d'inscrits et du taux de réussite), pourcentages arrondis à l'unité.

(2) Préciser l'année d'obtention du diplôme et combien de mois après cette obtention a été réalisée l'enquête, ceci pour chacune des trois dernières enquêtes nationales et de suivi propre. Pourcentages calculés sur la base des diplômés ayant répondu aux enquêtes et arrondis à l'unité.



Observation de l'établissement

Corte, le 19 mars 2012

Objet : Argumentaires des LPRO
de l'IUT de Corse.

Réf. : LD/CC19032012

5-LICENCE PROFESSIONNELLE MC
(Marketing et Communication)

➤ **Réponse à la première recommandation :**

« L'articulation de cette licence professionnelle dans le domaine Droit, économie, gestion de l'université n'est pas avérée : des collaborations entre les différentes formations relevant du commerce et du marketing devraient naître pour faciliter la mise en place de modules d'intégration et pour positionner cette spécialité comme une sortie professionnalisante dans les filières « Licences » ».

Afin de faciliter l'intégration en Licence Professionnelle Commerce de tous les étudiants et plus particulièrement ceux provenant de L2 ou L3, il est programmé dans cette troisième année universitaire le rajout de certains séminaires et modules professionnalisants (Conduite de projet, Jeux d'entreprise, Négociation, Création d'entreprise, Coaching, Innovation...).

De plus, il serait en effet profitable de renforcer les échanges entre les différentes formations du domaine Droit, Economie, Gestion de l'Université dans le but de proposer cette spécialité comme une passerelle vers le monde professionnel à niveau Bac+ 3.

Comme la grande majorité des licences professionnelles, il est difficile d'attirer des étudiants de L2 car ces derniers souhaitent très souvent terminer un parcours débuté dans un domaine précis.

Les L3 peuvent être plus enclins à rejoindre une Licence Professionnelle mais ils préfèrent très souvent poursuivre vers un master.

Cependant, malgré la difficulté à attirer ce public, il convient de réfléchir à la mise en œuvre d'échanges plus fructueux avec les autres composantes ainsi qu'à une campagne d'information et d'orientation plus importante que ce qui a été entrepris jusqu'à présent. Les relais communications présents dans les diverses composantes de l'Université ainsi que des réunions entre les responsables pédagogiques (responsable LPC MC avec les autres responsables UFR) devraient permettre de résoudre en partie les difficultés au moins informationnelles.

➤ **Réponse à la deuxième recommandation :**

« Il est conseillé de revoir la répartition des coefficients et des UE, ainsi que le règlement des examens de manière à se mettre en conformité avec l'arrêté de 1999 relatif aux licences professionnelles »

La répartition des coefficients et des UE, le règlement des examens seront modifiés afin d'être en conformité avec l'arrêté de 1999 relatif aux licences professionnelles.