



**HAL**  
open science

## Master Management, finance, commerce international Rapport Hcéres

► **To cite this version:**

Rapport d'évaluation d'un master. Master Management, finance, commerce international. 2012, Université d'Avignon et des pays de Vaucluse. hceres-02028726

**HAL Id: hceres-02028726**

**<https://hal-hceres.archives-ouvertes.fr/hceres-02028726v1>**

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 du master



Management, finance et commerce  
international

de l'Université d'Avignon  
et des Pays de Vaucluse

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 Masters – Vague C

Académie : Aix-Marseille

Etablissement déposant : Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse

Académie(s) : /

Etablissement(s) co-habilité(s) : /

Mention : Management, finance et commerce international

Domaine : Droit, économie, gestion

Demande n° S3MA130004398

## Périmètre de la formation

- Site(s) (lieux où la formation est dispensée, y compris pour les diplômes délocalisés) :

Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse

- Délocalisation(s) : /
- Diplôme(s) conjoint(s) avec un (des) établissement(s) à l'étranger : /

## Présentation de la mention

La mention *Management et commerce international* (qui sera renommée *Management, finance et commerce international* pour le prochain contrat quinquennal) propose quatre spécialités

- *Commerce international*,
- *Commercialisation internationale des vins*,
- *Tourisme - Gestion de projet - e-marketing*,
- *Finance, comptabilité, fiscalité du patrimoine* (projet d'ouverture).

La formation vise à donner un socle commun de connaissances en économie et gestion en mettant l'accent sur l'acquisition des compétences managériales et commerciales nécessaires dans un contexte international et/ou multi-culturel (notamment à travers l'enseignement des langues et la poursuite de stages à l'étranger). La formation vise donc à former des managers (cadres commerciaux, consultants, gestionnaires...) ayant une double compétence : managériale et linguistique.

Cette mention s'adresse à des étudiants issus de parcours variés : *Langues étrangères appliquées* (LEA), *Administration économique et sociale* (AES), *Economie et gestion*, *Sciences humaines et sociales*, ainsi que de certaines filières professionnelles (pour les spécialités *Tourisme* et *Commercialisation internationale des vins*). La formation est destinée à un public local ou régional (PACA, Languedoc-Roussillon), mais bénéficie d'une attractivité nationale voire internationale, notamment pour la spécialité *Commercialisation internationale des vins*.

La formation est structurée autour d'un tronc commun à toutes les spécialités (en semestre 1 du master 1 et en semestre 1 du master 2) et d'enseignements spécifiques à chacune des spécialités. Le tronc commun permet de dispenser une solide formation académique en économie (macroéconomie, géo-économie, organisation économique



mondiale), en gestion et management (marketing, marketing international, finance et contrôle de gestion, stratégie et système d'information et management interculturel) ainsi qu'en méthodologie (méthodologie et cahier des charges pour le mémoire de stage).

La formation est complétée par deux stages de longue durée (de 4 à 6 mois) en master 1 et en master 2. Les stages à l'étranger sont vivement encouragés. Un stage à l'étranger est obligatoire en master 1 pour la spécialité *Commerce international*.

La formation a enregistré une baisse de ses effectifs en master 1 dû, notamment, à une meilleure sélection des étudiants étrangers. Les effectifs en master 2 sont globalement stables. Les effectifs prévisionnels sont de 25 environ pour chacune des spécialités (en master 1 et en master 2). Le taux de recrutement extérieur en master 1 est cependant croissant (74 % en 2010 contre 45 % en 2006) et décroissant en master 2 (respectivement 20 % et 32 %). Le passage à une logique intégrée de master en quatre semestres est confirmé par le taux d'étudiants du master 1 recrutés en master 2 (81 % en 2010 contre 58 % en 2006).

Il n'existe pas de dispositif général de suivi de l'insertion professionnelle des diplômés au niveau de la mention. Les informations fournies dans le dossier pour certaines spécialités semblent toutefois indiquer une insertion professionnelle satisfaisante (adéquation des emplois par rapport aux finalités de la formation).

La mention *Management et commerce international* affiche une double vocation « professionnelle » et « recherche ». De par le caractère pluridisciplinaire de la formation, les enseignants-chercheurs intervenant au sein de la mention sont rattachés à deux laboratoires de recherche de l'Université d'Avignon (axe Economie-Gestion du laboratoire *Bien-Normes-Contrat* et laboratoire *Identités culturelles, textes et théatralité*) ou au laboratoire PACTE commun aux Universités Pierre Mendès France et Joseph Fourier de Grenoble. Néanmoins, les poursuites d'étude en doctorat à l'issue du master 2 semblent être très ponctuelles.

## Synthèse de l'évaluation

- Appréciation globale :

La mention *Management, finance et commerce international* propose une offre de formation pertinente au regard de la taille et du positionnement de l'Université d'Avignon. Elle permet de répondre à des besoins locaux et régionaux, aussi bien aux niveaux des étudiants qu'au niveau des entreprises ou des organismes publics potentiellement recruteurs des diplômés.

Cette formation, orientée vers les métiers du commerce et de l'international, bénéficie d'une bonne attractivité au niveau inter-régional et d'un très bon rayonnement de sa spécialité tournée vers la commercialisation des vins.

Toutefois, la mention ne bénéficie pas de partenariats académiques internationaux permettant d'éventuels échanges institutionnels d'étudiants (bien que la formation enregistre 14 % d'étudiant étrangers en master 1 et 9 % en master 2).

La future spécialité *Finance, comptabilité, fiscalité du patrimoine*, tout en s'appuyant sur la dimension internationale de la mention, permettra de compléter l'offre de formation, notamment pour les étudiants de la licence en Economie-Gestion de l'Université souhaitant poursuivre leur scolarité à Avignon.

- Points forts :

- Très bonne professionnalisation de la formation avec des enseignements assurés par des professionnels et deux périodes longues de stage (quatre à six mois en master 1 et master 2).
- Bonne différenciation de la formation qui s'appuie sur les spécificités locales du tissu économique et social : secteur du vin, secteur du tourisme, population locale d'origine anglo-saxonne (pour la spécialité *Gestion du patrimoine privé*).
- Forte dimension internationale : enseignements des langues (deux langues obligatoires ou fortement conseillées), enseignements en anglais pour certaines spécialités, stages à l'étranger obligatoires ou fortement indiqués, accueil maîtrisé d'étudiants étrangers.
- Une bonne cohérence de la structure pédagogique des quatre spécialités (tronc commun, enseignements académiques, langues, enseignements professionnels, stages).
- Une bonne lisibilité de la mention : en interne (pour les étudiants) comme en externe (pour les entreprises et les professionnels).
- Des taux de sélection et des taux de réussite globalement en hausse.



- Points faibles :
  - Les outils de pilotage de la mention sont peu formalisés : autoévaluation des formations ; évaluation des enseignements (et de la formation par les étudiants) ; suivi de l'insertion professionnelle des diplômés. La double vocation « recherche » et « professionnelle » de la mention n'est pas effective : ni dans le positionnement et le contenu des programmes, ni en termes de débouchés.
  - Les exigences académiques des mémoires de fin d'études ne sont pas différenciées entre le master 1 et le master 2 (sauf pour la spécialité *Commercialisation internationale des vins*).

## Recommandations pour l'établissement

Il serait nécessaire d'améliorer les outils de pilotage : formaliser l'évaluation des enseignements et de la formation (mention et spécialités) par les étudiants ; mettre en place un système de suivi des diplômés qui prenne en compte les spécificités de la mention (notamment pour les diplômés exerçant à l'étranger) ; faire réaliser des autoévaluations croisées (entre les équipes pédagogiques des spécialités par exemple).

Compte tenu de l'importance accordée aux stages (30 ECTS en master 1 comme en master 2 ; quatre à six mois pour chaque année), il conviendrait de renforcer -ou de mieux formaliser- les exigences académiques requises pour les mémoires de stage et, surtout, de différencier les exigences en master 1 de celles en master 2. L'équipe pédagogique pourrait, par exemple, généraliser le dispositif en vigueur dans la spécialité *Commercialisation internationale des vins* à savoir : en master 1, remise d'un mémoire sous forme d'un bilan d'activité professionnelle ; en master 2, remise d'un mémoire de type initiation à la recherche avec une réflexion autour d'une problématique.

Des efforts pour accroître le public en formation continue ou en alternance, pour lesquels il semble y avoir un potentiel important, devrait être déployés. Cela peut se faire en développant des partenariats, notamment avec des organismes de formation professionnelle dans le tourisme ou le vin (cf. les partenariats universitaires de l'Université du vin Suze la Rousse).

Il conviendrait de veiller à harmoniser, au sein des quatre spécialités, le taux d'encadrement par des enseignants-chercheurs, qui reste très variable (en master 2 : 91 % en *Commerce international* ; 22 % en *Commercialisation internationale des vins* et 45 % en *Tourisme*) pour éviter de perdre la cohérence d'ensemble de la mention (équilibre entre connaissances académiques et compétences professionnelles).

Le double affichage « recherche » et « professionnel » de la mention doit être clarifié : soit en optant pour une mention à vocation exclusivement professionnelle (ce qui correspond au positionnement effectif de la mention actuellement), soit en renforçant la dimension « recherche » de la mention : par exemple, en renforçant les exigences des mémoires de fin d'études, en développant des partenariats académiques internationaux, en lançant des programmes de recherche ad hoc en rapport avec les finalités de la mention.

Enfin, il faudra, à l'avenir, veiller à inclure dans le dossier d'évaluation soumis à l'AERES toutes les informations nécessaires à l'appréciation de l'organisation et des résultats de la formation : grilles d'évaluation des enseignements ; résultats des évaluations des enseignements ; liste des entreprises partenaires ; origine des candidats (en master 1 et en master 2) par filières (types, spécialités) ; fonctions exercées et entreprises d'accueil des diplômés, etc.

## Notation

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

## Indicateurs



**TABLEAU DES INDICATEURS DE LA MENTION  
(fourni par l'établissement)**

	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
Nombre d'inscrits pédagogiques en M1			95	81	74
Nombre d'inscrits pédagogiques en M2			73	57	66
Taux de réussite en M1 (nombre d'inscrits pédagogiques ayant réussi le passage en M2)			63,00%	89,00%	
Taux d'inscrits pédagogiques sortant de M1 pour intégrer une autre formation que le M2 correspondant			22,00%	20,00%	
Taux d'inscrits pédagogiques entrant en M2 venant d'une autre formation que le M1 correspondant			45,00%	33,00%	23,00%
Taux d'abandon en M1 (est considéré comme abandon l'absence de note à tous les examens et/ou au contrôle continu)			15,00%	2,00%	19,00%
Taux de réussite en M2 (nombre d'inscrits pédagogiques ayant obtenu leur diplôme)			95,00%	98,00%	
Taux de poursuite en doctorat			0	0	
Taux d'insertion professionnelle à 2 ans (taux d'inscrits en M2 ayant obtenu leur diplôme et s'étant insérés dans la vie professionnelle, y compris en doctorat, selon enquête de l'établissement). On indiquera également le taux de réponse à l'enquête.					
Taux d'intervenants professionnels extérieurs dans l'équipe pédagogique			75	78	78
	M1		M2		
Volume horaire (nombre d'heures de présence d'un étudiant hors stage et projet tuteuré)					
Taux des enseignements d'ouverture et de préparation à la vie professionnelle					
Nombre d'enseignants-chercheurs intervenant dans la mention		8		14	
Nombre global d'heures assurées par ces enseignants-chercheurs					
Nombre global d'heures assurées par des intervenants professionnels extérieurs					



# Appréciation par spécialité

## Commerce international

- Périmètre de la spécialité :

*Site(s) (lieux où la formation est dispensée, y compris pour les diplômés délocalisés) :*

Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse - Avignon

*Etablissement(s) co-habilitation(s) :* /

*Délocalisation(s) :* /

*Diplôme(s) conjoint(s) avec un (des) établissement(s) à l'étranger :* /

- Présentation de la spécialité :

La spécialité *Commerce international* vise à former des managers dans les métiers du commercial, maîtrisant deux langues étrangères (dont l'anglais), les aspects interculturels du commerce international ainsi que les techniques du management. La maîtrise de deux langues étrangères (italien, espagnol ou allemand) permet de viser des débouchés professionnels au sein d'entreprises multinationales et/ou des PME tournées vers l'international, dans des fonctions commerciales, de management international, mais aussi dans le conseil et les études.

Cette spécialité s'adresse à des étudiants issus de parcours en *Commerce international*, en *Langues étrangères appliquées* ou *Economie et gestion*, et ayant une maîtrise d'au moins deux langues étrangères.

La formation est structurée autour d'un tronc commun à toute la mention Management, finance et commerce international en économie, gestion et management (en master 1 et en master 2), complétée par des enseignements spécifiques au commerce international (logistique, distribution, techniques de commerce international, négociation internationale...) et aux langues étrangères. Deux stages de 4 à 6 mois chacun sont prévus au second semestre en master 1 et en master 2. Le stage de master 1 se déroule obligatoirement à l'étranger. Un stage à l'étranger est recommandé en master 2.

- Appréciation :

La formation est bien positionnée : son contenu est cohérent avec l'objectif affiché et sa lisibilité externe est parfaite.

La formation bénéficie d'une très bonne différenciation grâce au socle commun en économie, gestion et management, et le développement d'une spécialisation permettant la maîtrise de deux langues étrangères.

- Points forts :

- Formation trilingue facilitant l'insertion professionnelle dans des entreprises multinationales et/ou orientées vers le commerce international.
- Bonne professionnalisation, en particulier aux stages, couplée à une formation académique solide (tronc commun et enseignements de spécialité).
- Deux stages longs (quatre à six mois) dont un obligatoire à l'étranger, permettant de réaliser de véritables missions et constituant une pré-insertion professionnelle.
- Meilleure sélectivité (notamment des étudiants étrangers) et amélioration des taux de réussite.

- Points faibles :

- Comme pour la plupart des spécialités, absence ou déficience de certains outils de pilotage : suivi précis des diplômés en France et à l'étranger, évaluation des enseignements, connaissance des effectifs par origine (spécialités), connaissance des entreprises partenaires, etc.
- Manque de précisions concernant les exigences pédagogiques liées au stage et leur modalités de leur évaluation





## Recommandations pour l'établissement

Il conviendrait de :

- Mettre en place certains outils de pilotage pouvant être mutualisés avec les autres spécialités (base de données des entreprises partenaires par exemple).
- Compte tenu du poids des stages (en temps et en ECTS) dans le programme pédagogique, il convient de mieux formaliser et renforcer les exigences pour les rapports de stage et leurs évaluations.
- Développer la formation continue (professionnels en reprise de formation) et faire la promotion de la VAE pour un public de professionnels souhaitant valider leurs expériences dans le commerce international.
- Envisager la formation en alternance en master 2 (apprentissage) en lien avec des entreprises partenaires.
- Veiller à maintenir des effectifs suffisants en master 1 (en baisse entre 2006 et 2010) de manière à pouvoir garantir les effectifs nécessaires en master 2, tout en maintenant une sélectivité suffisante et des taux de réussite constants ou en hausse.

## Notation

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

## Indicateurs

TABLEAU DES INDICATEURS DE LA SPECIALITE (fourni par l'établissement)					
	2006- 2007	2007- 2008	2008- 2009	2009- 2010	2010- 2011
Nombre d'inscrits pédagogiques en M1			42	30	25
Nombre d'inscrits pédagogiques en M2			33	23	24
Taux de réussite en M1 (nombre d'inscrits pédagogiques ayant réussi le passage en M2)			55,00%	87,00%	
Taux d'inscrits pédagogiques sortant de M1 pour intégrer une autre formation que le M2 correspondant			12,00%	30,00%	
Taux d'inscrits pédagogiques entrant en M2 venant d'une autre formation que le M1 correspondant			39,00%	26,00%	33,00%
Taux d'abandon en M1 (est considéré comme abandon l'absence de note à tous les examens et/ou au contrôle continu)			26,00%	0,00%	28,00%
Taux de réussite en M2 (nombre d'inscrits pédagogiques ayant obtenu leur diplôme)			94,00%	100,00%	
Taux de poursuite en doctorat			0	0	
Taux d'insertion professionnelle à 2 ans (taux d'inscrits en M2 ayant obtenu leur diplôme et s'étant insérés dans la vie professionnelle, y compris en doctorat, selon enquête de l'établissement). On indiquera également le taux de réponse à l'enquête.					
Taux d'intervenants professionnels extérieurs dans l'équipe pédagogique			57	57	57



	M1	M2
Volume horaire (nombre d'heures de présence d'un étudiant hors stage et projet tuteuré)	361,5	297 à 319
Taux des enseignements d'ouverture et de préparation à la vie professionnelle	stage de 4 à 6 mois	36h + stage de 4 à 6 mois
Nombre d'enseignants-chercheurs intervenant dans la mention	7	10
Nombre global d'heures assurées par ces enseignants-chercheurs	260	352
Nombre global d'heures assurées par des intervenants professionnels extérieurs	162	36



## Commercialisation internationale des vins

- Périmètre de la spécialité :

*Site(s) (lieux où la formation est dispensée, y compris pour les diplômes délocalisés) :*

Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse - Avignon

*Etablissement(s) co-habilitation(s) : /*

*Délocalisation(s) : /*

*Diplôme(s) conjoint(s) avec un (des) établissement(s) à l'étranger : /*

- Présentation de la spécialité :

La spécialité *Commercialisation internationale des vins* vise à former des cadres pouvant évoluer dans des entreprises du secteur viticole : entreprises françaises exportatrices (producteurs, négociants) ou entreprises étrangères ayant des relations commerciales avec la France.

A l'issue de la formation, les étudiants doivent maîtriser les outils de gestion, les techniques du commerce international, l'anglais des affaires, une seconde langue étrangère (italien, espagnol ou allemand) ainsi que les connaissances techniques et commerciales relatives à la filière viticole et vinicole.

Cette spécialité s'adresse à des étudiants issus de parcours professionnels spécialisés en viticulture/viniculture, ou issus de parcours académiques en commerce international, langues étrangères appliquées, et ayant une maîtrise d'au moins deux langues étrangères.

La formation est structurée autour d'un tronc commun à toute la mention *Management, finance et commerce international* en économie, gestion et management (en master 1 et en master 2) complété par des enseignements spécifiques aux techniques viticoles et viticoles, au commerce international et aux langues étrangères.

Deux stages de 4 à 6 mois chacun sont prévus au second semestre en master 1 et en master 2. Les étudiants sont encouragés à effectuer leurs stages à l'étranger.

- Appréciation :

Il s'agit d'une formation originale bénéficiant de l'image régionale et des atouts locaux dans le domaine du vin.

Cette formation est tournée vers l'international (à travers l'enseignement des langues et les enseignements communs à la mention *Management, finance et commerce international*), ce qui lui confère une différenciation claire par rapport à d'autres formations dans ce domaine sur le plan national.

- Points forts :

- Ancrage local fort, même si les débouchés se situent sur le plan national et international.
- Recrutement sur le plan national et international (réputation du savoir-faire français dans le domaine du vin auprès des étudiants étrangers).
- Excellente professionnalisation à travers des enseignements assurés par de nombreux professionnels du secteur du vin (producteurs, négociants, experts) et des stages, couplée à une formation académique solide (tronc commun et enseignements de spécialité, dont les langues étrangères).
- Deux stages longs (quatre à six mois) permettant d'acquérir ou de renforcer (selon le profil de l'étudiant) les connaissances pratiques dans le secteur viticole.

- Points faibles :

- Faiblesse des effectifs en master 1 comme en master 2 malgré les atouts de la formation, qui risque de limiter les possibilités de développement.
- Part insuffisante des enseignements assurés par des enseignants-chercheurs, notamment en master 2.



## Recommandations pour l'établissement

Il serait nécessaire de renforcer les effectifs du master en :

- attirant plus d'étudiants étrangers ayant le niveau requis en économie et en management, et souhaitant exercer dans des entreprises internationales de la filière du vin ;
- développant la formation continue (professionnels en reprise de formation) et faire la promotion de la validation des acquis de l'expérience (VAE) pour un public de professionnels souhaitant valider leurs expériences dans la commercialisation des vins ;
- envisageant la formation en alternance en master 2 (apprentissage) en lien avec des CFA dans le secteur du vin et des entreprises partenaires. L'université du vin de Suze le Rousse, mentionnée dans le dossier remis à l'AERES, propose, par exemple, des formations de master en partenariat avec des universités de la région PACA.

Il pourrait être bénéfique de renforcer les activités de l'association des élèves pour un meilleur accompagnement de la recherche de stage à l'étranger et un meilleur suivi de l'insertion professionnelle.

## Notation

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

## Indicateurs

TABLEAU DES INDICATEURS DE LA SPECIALITE (fourni par l'établissement)					
	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
Nombre d'inscrits pédagogiques en M1			15	20	18
Nombre d'inscrits pédagogiques en M2			20	12	15
Taux de réussite en M1 (nombre d'inscrits pédagogiques ayant réussi le passage en M2)			67,00%	90,00%	
Taux d'inscrits pédagogiques sortant de M1 pour intégrer une autre formation que le M2 correspondant			0,00%	5,00%	
Taux d'inscrits pédagogiques entrant en M2 venant d'une autre formation que le M1 correspondant			30,00%	25,00%	0,00%
Taux d'abandon en M1 (est considéré comme abandon l'absence de note à tous les examens et/ou au contrôle continu)			7,00%	0,00%	11,00%
Taux de réussite en M2 (nombre d'inscrits pédagogiques ayant obtenu leur diplôme)			95,00%	100,00%	
Taux de poursuite en doctorat			0	0	
Taux d'insertion professionnelle à 2 ans (taux d'inscrits en M2 ayant obtenu leur diplôme et s'étant insérés dans la vie professionnelle, y compris en doctorat, selon enquête de l'établissement). On indiquera également le taux de réponse à l'enquête.					
Taux d'intervenants professionnels extérieurs dans l'équipe pédagogique			93	93	93



	M1	M2
Volume horaire (nombre d'heures de présence d'un étudiant hors stage et projet tuteuré)	349,5	329
Taux des enseignements d'ouverture et de préparation à la vie professionnelle	Stage de 4 à 6 mois	36h + Stage de 4 à 6 mois
Nombre d'enseignants-chercheurs intervenant dans la mention	3	3
Nombre global d'heures assurées par ces enseignants-chercheurs	61,5	82
Nombre global d'heures assurées par des intervenants professionnels extérieurs	131	292



## Tourisme – Gestion de projet - e-marketing

- Périmètre de la spécialité :

*Site(s) (lieux où la formation est dispensée, y compris pour les diplômes délocalisés) :*

Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse - Avignon

*Etablissement(s) co-habilitation(s) : /*

*Délocalisation(s) : /*

*Diplôme(s) conjoint(s) avec un (des) établissement(s) à l'étranger : /*

- Présentation de la spécialité :

La spécialité *Tourisme-Gestion de projet- e-marketing* vise à former des professionnels du tourisme ayant une maîtrise des enjeux du développement durable, une maîtrise des technologies de l'information et de la communication, et capables de développer et promouvoir le tourisme en France ou à l'étranger, dans les secteurs institutionnels ou associatifs. La formation met l'accent sur l'acquisition des compétences en gestion de projet, sur la maîtrise des technologies de l'information et sur la connaissance du processus qualité.

Cette spécialité s'adresse à des étudiants issus de parcours professionnels spécialisés en tourisme, ou venant de parcours académiques en commerce international ou en langues étrangères appliquées et ayant une maîtrise d'au moins deux langues étrangères.

La formation est structurée autour d'un tronc commun à toute la mention *Management, finance et commerce international* en économie, gestion et management (en master 1 et en master 2) complétée par des enseignements spécifiques en management touristique (environnement touristique, tourisme et culture, management de la qualité, gestion des services, gestion de projets touristiques, tourisme durable, management, stratégie marketing, e-tourisme) et en langues.

La formation est complétée par deux stages de 4 à 6 mois, en master 1 et en master 2.

- Points forts :

- Positionnement de la spécialité qui bénéficie de l'image touristique régionale et d'un environnement socio-économique local favorable.
- Différenciation par le socle en économie-management (tronc commun) et la maîtrise de deux langues étrangères.
- Professionnalisation de la formation (enseignements et stages longs de quatre à six mois en master 1 et master 2) avec un accent mis sur des orientations nouvelles (développement durable, TIC).

- Points faibles :

- Faible lisibilité externe de la formation, notamment due aux ambiguïtés de son titre : la gestion de projet et le e-marketing ne sont pas des finalités dans la formation, mais davantage des outils au service des métiers du tourisme.
- Forte concentration des enseignements sur deux semestres seulement (respectivement 438 h en master 1 et 360 h en master 2) due à une organisation des stages sur des semestres complets (qui ne se justifie pas ici comme dans les autres spécialités de la mention, car les stages ne se déroulent pas à l'étranger).
- Pas de public en formation continue ou de possibilité de suivre la formation en alternance.

## Recommandations pour l'établissement

Il conviendrait de :

- Modifier éventuellement l'intitulé de la spécialité (par exemple Management des projets touristiques) pour une meilleure lisibilité externe et une plus grande cohérence avec l'intitulé de la mention Management, finance et commerce international.



- Mieux formaliser les objectifs et les exigences académiques pour les stages en différenciant le cahier des charges pour le stage de master 1 et celui de master 2, afin de marquer une réelle évolution dans les objectifs pédagogiques des stages.
- Développer la formation continue (professionnels en reprise de formation) et faire la promotion de la VAE pour un public de professionnels souhaitant valider leurs expériences dans les secteurs du tourisme (secteur institutionnel ou associatif).
- Renforcer les outils de pilotage de la spécialité : suivi de l'insertion professionnelle, évaluation des enseignements.

## Notation

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

## Indicateurs

TABLEAU DES INDICATEURS DE LA SPECIALITE (fourni par l'établissement)					
	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
Nombre d'inscrits pédagogiques en M1			38	31	31
Nombre d'inscrits pédagogiques en M2			20	22	27
Taux de réussite en M1 (nombre d'inscrits pédagogiques ayant réussi le passage en M2)			71,00%	90,00%	
Taux d'inscrits pédagogiques sortant de M1 pour intégrer une autre formation que le M2 correspondant			45,00%	19,00%	
Taux d'inscrits pédagogiques entrant en M2 venant d'une autre formation que le M1 correspondant			70,00%	50,00%	26,00%
Taux d'abandon en M1 (est considéré comme abandon l'absence de note à tous les examens et/ou au contrôle continu)			5,00%	6,00%	16,00%
Taux de réussite en M2 (nombre d'inscrits pédagogiques ayant obtenu leur diplôme)			95,00%	86,00%	
Taux de poursuite en doctorat			0	0	
Taux d'insertion professionnelle à 2 ans (taux d'inscrits en M2 ayant obtenu leur diplôme et s'étant insérés dans la vie professionnelle, y compris en doctorat, selon enquête de l'établissement). On indiquera également le taux de réponse à l'enquête.					
Taux d'intervenants professionnels extérieurs dans l'équipe pédagogique			77	77	77
	M1		M2		
Volume horaire (nombre d'heures de présence d'un étudiant hors stage et projet tuteuré)	313,5 à 325,5		342 à 351		
Taux des enseignements d'ouverture et de préparation à la vie professionnelle	Stage de 4 à 6 mois		36h + Stage de 4 à 6 mois		
Nombre d'enseignants-chercheurs intervenant dans la mention	3		4		
Nombre global d'heures assurées par ces enseignants-chercheurs	49,5		120		
Nombre global d'heures assurées par des intervenants professionnels extérieurs	189		144		



## Finance, comptabilité, fiscalité du patrimoine

- Périmètre de la spécialité :

*Site(s) (lieux où la formation est dispensée, y compris pour les diplômes délocalisés) :*

Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse - Avignon

*Etablissement(s) co-habilitation(s) : /*

*Délocalisation(s) : /*

*Diplôme(s) conjoint(s) avec un (des) établissement(s) à l'étranger : /*

- Présentation de la spécialité :

La spécialité *Finance, comptabilité, fiscalité du patrimoine* est en demande de création. Elle vise à faire acquérir des compétences dans trois domaines clés, à savoir : la finance d'entreprise et la finance de marché, la comptabilité, et la fiscalité du patrimoine, privé et entrepreneurial. La formation se distingue par son orientation internationale et la maîtrise de l'anglais. Elle semble répondre à des besoins socio-économiques locaux (filiales de groupes internationaux, gestion du patrimoine de la clientèle anglaise vivant dans le Vaucluse).

Les débouchés visés par cette spécialité se situent aussi bien dans les directions financières et comptables des entreprises, dans les cabinets et autres structures de conseil en fiscalité et en gestion du patrimoine, et dans les cabinets d'analyse financière.

La formation s'adresse principalement aux étudiants issus de la filière économie et gestion, et ayant un bon niveau d'anglais. Elle est également ouverte aux étudiants issus d'autres filières (comme Administration économique et sociale, Langues étrangères appliquées ou *Droit*), ayant les pré-requis en comptabilité et une bonne maîtrise de l'anglais.

La formation est structurée autour d'un tronc commun à toute la mention *Management, finance et commerce international* en économie, gestion et management (en master 1 et en master 2), complétée par des enseignements spécifiques en finance, comptabilité et fiscalité (dans une perspective internationale) ainsi qu'en anglais.

La formation est complétée par deux stages de quatre à six mois, en master 1 et en master 2.

- Points forts :

- Spécialité complétant utilement l'offre de la mention *Management, finance et commerce international*.
- Originalité du positionnement avec une orientation internationale (cours de langues, cours en anglais, stages à l'étranger encouragés).
- Bonne professionnalisation de la formation (enseignements et stages longs de quatre à six mois en master 1 et master 2) et des débouchés professionnels répondant *a priori* à des besoins locaux.

- Points faibles :

- La spécialité prépare à des métiers très différents (finance de marché, finance d'entreprise, comptabilité, gestion du patrimoine privé). Cela peut présenter plusieurs risques : absence de lisibilité externe ; dispersion des enseignements et donc moindre spécialisation des étudiants ; dispersion en termes de débouchés (stages et emplois).
- Le dossier ne fournit pas de prévisions d'effectifs ni de perspectives quantitatives des débouchés dans cette spécialité (par exemple dans la gestion de patrimoine privé orientée vers une clientèle anglo-saxonne).
- Les enseignements (hors langues) sont majoritairement portés par deux enseignants dont le responsable de la spécialité.





## Recommandations pour l'établissement

Il conviendrait de :

- Réfléchir à un ciblage de la formation sur quelques métiers correspondant à des besoins économiques locaux clairement identifiés (finance d'entreprise ? gestion du patrimoine privé ?).
- Etoffer l'équipe pédagogique en renforçant éventuellement les interventions de professionnels.
- Mieux formaliser les objectifs et les exigences académiques pour les stages en différenciant le stage de master 1 et le stage de master 2.
- Estimer les effectifs attendus (en master 1 et en master 2).

## Notation

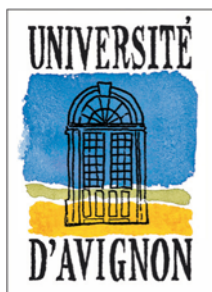
- Note de la spécialité (A+, A, B ou C) : B

## Indicateurs

La spécialité est en création, il n'y donc pas de bilan.



# Observations de l'établissement



MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION  
NATIONALE, DE L'ENSEIGNEMENT  
SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE

>>> Présidence

## Observations sur le rapport d'évaluation des MASTERS de l'Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse par l'AERES

### MASTER COMMERCE INTERNATIONAL

#### 1. REMARQUES GÉNÉRALES ET COMMUNES À L'OFFRE DE FORMATION DE L'UNIVERSITÉ

- Les quelques discordances qui ont pu être observées entre les dossiers d'auto-évaluation et ceux préparés en vue de l'habilitation résultent du basculement *inattendu*, en octobre 2010, de notre établissement de la vague B à la vague C par le Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche. Les auto-évaluations ont été faites dans le cadre du calendrier de la vague B, et la lourdeur de la procédure ne permettait pas une actualisation en 2011 ; les dossiers d'habilitation quant à eux ont pu tenir compte des données plus récentes. Par ailleurs, les deux dossiers ayant été transmis, l'ensemble des informations étaient de toutes les façons transmises.
- **Outils de pilotage général des formations.** – L'Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse a adopté depuis l'année 2010-2011 un ensemble de mesures visant à renforcer et rendre plus efficace le pilotage des formations tant au niveau central de l'établissement qu'au sein des composantes. Ainsi :
  - Les composantes ont été réorganisées autour des domaines de formation (4 UFR désormais au lieu de 5) et surtout, leur structure a été homogénéisée par l'adoption de Statuts-type. Sur le plan des formations, cela s'est traduit par l'institution de fonctions-clé dans chacune des UFR : directeur des études (ayant rang de vice-doyen), référent Insertion professionnelle et formation continue, correspondant(s) relations internationales.
  - Dans le cadre du processus d'application du référentiel des tâches des enseignants-chercheurs, un répertoire précis identifie et clarifie les responsabilités pédagogiques (CEVU, mars 2010) ; il concerne aussi bien les responsabilités spécifiques aux formations que celles ayant une portée transversale.
  - Un groupe de travail transversal à l'établissement a été constitué dans le domaine de l'insertion professionnelle et de la formation permanente. Composé des 4 référents IP/FP des UFR, ainsi que de représentants du SCUIOIP et de la FC, il est chargé de prospecter et de réfléchir au développement des stratégies permettant de diversifier les voies de qualification (validation des acquis, alternance...).

- Un outil d'évaluation des formations par les étudiants a été mis en place à la fin de l'année 2010-2011. Elaboré par des représentants de formations-pilote volontaires, en collaboration avec la Mission T.I.C.E. de l'Université, il a fonctionné pour la première fois en juin 2011, tant au niveau des semestres que de chaque Unité d'enseignement. Son utilisation devrait s'étendre rapidement, car son mode d'élaboration a tiré les leçons de l'échec du dispositif initié deux ans plus tôt par le CEVU.
- **Suivi de l'insertion professionnelle** – suivi des étudiants non diplômés
  - Des enquêtes sont faites systématiquement chaque année par le SCUIOIP. Elles mesurent le devenir des étudiants 30 mois après leur sortie du diplôme. L'exploitation des résultats des enquêtes permettent ensuite de communiquer aux formations outre les chiffres de l'insertion professionnelle de leurs diplômés, des informations importantes pour le pilotage de la formation : un répertoire et une caractérisation des emplois occupés, ainsi que des remarques rédigées en mode libre par les enquêtés.
- **Label TICE** – Une filière labellisée TICE est une filière s'appuyant largement sur les TICE sur le modèle du « *présentiel amélioré* » en amont et en aval par la mise à disposition des étudiants de documents et d'activités pédagogiques sur la plate-forme e-UAPV. Pour être labellisée TICE, une filière doit proposer pour plus de 60%2 de ses UE, un espace numérique actif sur la plate-forme *e-uapv*. Un espace de cours sera considéré comme actif s'il propose aux étudiants :
  - les supports de cours étudiants et les supports de présentation utilisés durant le cours en présentiel,
  - un accompagnement dans leur travail personnel à travers **quelques unes des activités suivantes** :
    - des TP/TD corrigés permettant aux étudiants de s'exercer,
    - des ressources permettant de se positionner à travers des référentiels de compétences et objectifs d'apprentissage, des auto-évaluations en ligne leur permettant d'identifier leurs points forts et leurs points faibles,
    - des forums animés à des fins pédagogiques (permettant par exemple d'approfondir un point particulier de cours chaque mois, de créer des groupes de réflexion sur des sujets de débat...)
    - des wiki ou autres outils de travail collaboratif (ateliers...),
    - des cours en podcast, particulièrement appréciés des étudiants étrangers et étudiants salariés, mais permettant aussi à l'ensemble des étudiants d'être plus concentrés sur le contenu des cours que sur leur prise de notes
    - des ressources pour aller plus loin, une bibliographie, une webographie,
    - des simulations illustrant les principes du cours.

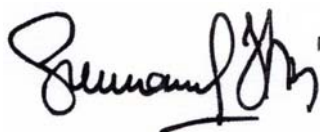
La labellisation TICE est attribuée par semestre, par le comité TICE de l'établissement, composé du Vice-Président du CEVU, d'un enseignant-chercheur par domaine de formation, d'un étudiant élu au CEVU, et de deux représentants de la Mission TICE de l'Université. A ce jour, près d'un tiers des formations de l'Université ont fait acte de candidature, et environ une moitié des candidatures ont obtenu le label.
- **Collège des Masters**. En cours de création, il réunira les responsables des différentes mentions et spécialités, et leur permettra de réfléchir à l'attractivité des leurs formations, et d'échanger autour de bonnes pratiques (innovation pédagogique, suivi des anciens, etc.)

## **2. MASTER COMMERCE INTERNATIONAL**

L'équipe de formation du master Management Commerce International va s'attacher à mettre en œuvre les recommandations de l'AERES, et ce d'autant plus que les lacunes relevées par les experts figuraient déjà, pour la plupart, dans le dossier d'autoévaluation transmis à l'Agence. L'équipe de formation avait déjà engagée une réflexion approfondie sur ces sujets. Le contrat qui s'ouvre sera l'occasion d'apporter ces inflexions souhaitables.

Concernant la spécialité *Tourisme, Gestion de projets, e-Marketing*. Une évolution de la dénomination de la mention vers un intitulé du type « management du projet touristique et e-tourisme » peut être envisagée. Une progressivité du stage entre le M1 et le M2 est certes aussi à mieux affirmer. Même si elle existe déjà.

Le Président de l'Université d'Avignon  
et des Pays de Vaucluse,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Emmanuel ETHIS', written in a cursive style.

Emmanuel ETHIS