



HAL
open science

Licence Marketing - communication

Rapport Hcéres

► **To cite this version:**

Rapport d'évaluation d'une licence. Licence Marketing - communication. 2010, Université Lille 1 - Sciences et technologies. hceres-02035365

HAL Id: hceres-02035365

<https://hal-hceres.archives-ouvertes.fr/hceres-02035365>

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.



Rapport d'évaluation d'une mention de licence Vague D

Université : UNIVERSITE LILLE 1 - SCIENCES ET TECHNOLOGIES DE LILLE
N° demande : S3100016126
Domaine : DROIT, ECONOMIE, GESTION
Mention : MARKETING - COMMUNICATION

Appréciation générale :

La licence générale Droit, Economie, Gestion, mention Marketing-Communication, qui fait l'objet d'une demande de renouvellement, vise à transmettre aux étudiants, au cours d'une troisième année de Licence, des savoirs constitutifs du marketing et des éléments d'opérationnalisation de ces savoirs. Trois parcours sont proposés : marketing direct et vente à distance, marketing-vente et marketing international communication culture. Les étudiants ont vocation à poursuivre leurs études dans le cadre de Masters orientés Marketing. Le point fort de la formation réside dans les dispositifs de professionnalisation, au travers des interventions de professionnels, des projets tuteurés et des stages. Sur l'ensemble des autres points, l'évaluation est rendue particulièrement difficile, car ils ne sont pas renseignés, ou renseignés de manière très partielle, qu'il s'agisse de la connaissance de la population étudiante, de l'évaluation, de l'aide à la réussite ou de l'insertion.

Les points les plus forts :

1-	L'aide à la professionnalisation.
2-	
3-	

Les points les plus faibles :

1-	Informations très insuffisantes sur les dispositifs d'évaluation (il est par exemple indiqué dans le dossier que l'évaluation est pratiquée « selon les dispositions générales définies par l'établissement et le label Qualicert »).
2-	Informations très insuffisantes sur la population accueillie et sur l'insertion des étudiants après la formation.
3-	Informations très partielles sur le pilotage de la mention, en dehors des éléments relevant de la politique générale de l'Université.

Recommandations :

Le projet de mention Marketing-Communication semble potentiellement intéressant, il conviendrait cependant de compléter largement le dossier, pour rendre possible son évaluation.

Echelle d'appréciation (cf. feuille "Signification de la notation")

A+ : répond de façon très satisfaisante à tous les critères d'évaluation ;

A : répond très bien ou bien aux critères d'évaluation ;

B : répond assez bien ou moyennement aux critères d'évaluation ;

C : répond de façon insatisfaisante aux critères d'évaluation.

Notation (A+, A, B, C) : C