



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

Section des Formations et des diplômes

Rapport d'évaluation de la licence



Marketing

de l'Université de Haute-Alsace

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 – Vague C

Académie : Strasbourg

Établissement déposant : Université de Haute-Alsace

Académie(s) : /

Etablissement(s) co-habilité(s) : /

Mention : Marketing

Domaine : Droit, économie, gestion

Demande n° S3LI130004219

Périmètre de la formation

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

Colmar et Casablanca au sein de Mundiapolis.

- Délocalisation(s) :

Délocalisation du parcours *Etudes Commerciales* au sein de l'Établissement Mundiapolis à Casablanca depuis 2010-2011.

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

1) Parcours trinational *International Business Management* (conduisant à l'obtention de 3 diplômes).

Partenaires de la formation : Berufsakademie Lörrach (Allemagne) et Fachhochschule Nordwestschweiz (Suisse)

2) Parcours *Commerce affaires et développement des relations économiques* (conduisant à l'obtention de deux diplômes).

Partenaire de la formation : Université de Séville (Espagne).

3) Parcours binational *Marketing international* au sein du parcours *Etudes commerciales*.

Partenaire de la formation : Hochschule Niederrhein (Allemagne).

Présentation de la mention

Proposée par l'Institut Universitaire de Technologie (IUT) de Colmar, la licence *Marketing* est uniquement dispensée en troisième année (L3). Les étudiants proviennent pour l'essentiel de formations courtes, comme celle proposée par l'IUT. Cette licence est centrée sur les métiers du marketing, de la relation client et du management des réseaux commerciaux. Elle est organisée en trois parcours : *Etudes commerciales* (EC) ; *International Business Management* (IBM) ; *Commerce, affaires et développement des relations économiques* (CADRE). Ce dernier parcours est une création.



Le parcours *EC* a pour objectif d'apporter des compétences générales en termes de fonctions commerciales. Ce parcours est proposé à la fois à Colmar et à Casablanca dans le cadre d'une formation décentralisée.

Le parcours *IBM* prépare les étudiants à occuper des postes de développement commercial dans des entreprises évoluant dans un environnement européen multi-linguistique. Les étudiants sont formés dans trois pays : en Allemagne, en France et en Suisse. Ils obtiennent trois diplômes.

Le parcours *CADRE* vise à former des cadres commerciaux évoluant en France et en Espagne dans un environnement linguistique anglo-franco-espagnol. Formés en France et en Espagne, les étudiants obtiennent deux diplômes.

Synthèse de l'évaluation

- Appréciation globale :

Cette licence *Marketing* a pour particularité une forte dimension internationale. Elle est en effet originale du fait de sa très forte intégration européenne et de la multiplicité des accords avec des établissements suisses, allemands et espagnols. Les parcours *IBM* et *CADRE* sont clairement internationaux au sens où une partie importante des cours a lieu dans un établissement partenaire à l'étranger. Il existe également une filière binationale (franco-allemande) au sein du parcours *EC* permettant aux étudiants d'acquérir des compétences additionnelles en langues étrangères. Cette ouverture internationale de la mention, ainsi que le recours important à la pédagogie par projets, démontrent un réel dynamisme de l'équipe pédagogique.

Les débouchés visés en fin de L3 sont cohérents avec le contenu de la formation. La licence permet d'ailleurs une réelle insertion professionnelle au niveau L3, qui explique sans doute que les poursuites d'études en master soient assez peu fréquentes. Les données sur les poursuites d'études au niveau master sont d'ailleurs assez contradictoires entre le dossier et le tableau d'indicateurs. Pour un parcours au moins (*IBM*), les poursuites d'études sont rares, assimilant plutôt cette licence dite généraliste à une licence professionnelle. Pour les autres parcours, le caractère relativement étroit du champ de la formation rend *a priori* difficile les possibilités de poursuites d'études dans des champs autres que le marketing. La spécialisation et la professionnalisation des enseignements apparaissent en fait particulièrement fortes pour une licence généraliste.

La formation n'étant proposée qu'au niveau L3, la licence est supposée recruter les étudiants diplômés d'IUT, de BTS ou d'autres formations généralistes de niveau L2. Du fait de sa situation géographique et de son mode d'organisation, la licence *Marketing* recrute essentiellement des étudiants en provenance de l'IUT TC (Techniques de commercialisation). En effet, compte tenu des caractères très spécifiques de cette formation ((i) intégrée depuis la 1^{ère} année d'IUT, (ii) très axée sur des fortes compétences linguistiques et (iii) co-pilotée en partie par l'équipe pédagogique de l'IUT TC), la possibilité d'intégrer cette licence au niveau L3 pour des étudiants venant d'autres formations que l'IUT TC est réduite. Cette possibilité est même nulle pour le parcours *IBM* qui recrute exclusivement des étudiants en provenance de l'IUT TC. Le parcours *EC* apparaît, sur ce critère d'ouverture, davantage en conformité avec les attentes d'une licence généraliste.

De même, en aval de la formation, les poursuites en master sont entravées par le mode d'organisation temporelle de la licence (*IBM* s'effectue par exemple en sept semestres) et par sa spécialisation étroite. L'articulation entre la licence *Marketing* et le master *Marketing vente* se situant sur le même site est forte et naturelle, mais cela se traduit par une variété et un taux assez modestes des poursuites d'études dans master d'autres villes/établissements. Même s'il est probable que le fait que les étudiants se dirigent prioritairement vers ce master s'explique aussi par la faiblesse de l'offre locale sur le site de Colmar, l'impression est toutefois que les étudiants sont rendus assez captifs par leur formation de licence très pointue et son mode d'organisation temporelle très atypique.

- Points forts :

- Une formation originale, marquée par une remarquable ouverture internationale, permettant aux étudiants d'acquérir des compétences de bon niveau en langues étrangères.
- Un dynamisme de l'équipe enseignante qui porte des projets impliquant plusieurs pays et plusieurs établissements.
- L'existence de projets pédagogiques de groupes originaux dans certains parcours permettant aux étudiants d'acquérir de vraies compétences transverses.



- Points faibles :
 - Une organisation temporelle atypique de certains parcours (sept semestres) et une orientation professionnelle des enseignements assimilant plus cette formation à une licence professionnelle qu'à une licence généraliste (en particulier pour le parcours *IBM*).
 - Une organisation (en particulier s'agissant des parcours *IBM* et *CADRE*) limitant fortement le recrutement d'étudiants issus de formations de type L2 *Economie-Gestion* ou d'autres IUT.
 - Un faible taux de poursuites d'études en master s'expliquant sans doute en partie par le caractère professionnalisant de la formation (en particulier pour le parcours *IBM*).
 - Un pilotage de la mention insuffisant (celui-ci paraissant plutôt réalisé au sein des parcours).

Recommandations pour l'établissement

La formation est incontestablement originale et de qualité ; cependant, elle ne remplit pas tous les critères attendus d'une licence généraliste. Les parcours de cette licence sont très fortement structurés dès les années d'études à l'IUT, rendant difficiles (voire impossibles en *IBM*) les intégrations d'étudiants extérieurs. La durée totale de la formation (sept semestres) peut contribuer à limiter les possibilités de poursuites d'études en master. La réflexion devrait se poursuivre, à la manière de ce qui réalisé dans le parcours *EC*, pour ouvrir davantage cette licence aux étudiants des filières courtes et des L2.

La fermeture de la L1-L2 *Economie-Gestion* sur le site de Mulhouse risque de tarir une (petite) partie des flux de la licence *Marketing*, parcours *EC* (de l'ordre de 10 à 15 étudiants). De nouvelles pistes devraient en conséquences être recherchées pour élargir le vivier de recrutement et en diversifier les origines.

Il n'y a pas de mutualisation entre les différents parcours, notamment en raison de l'internationalisation de certains d'entre eux et des contraintes que cela génère. Compte tenu de leur appartenance à une mention commune, les maquettes pourraient toutefois intégrer davantage de cours fondamentaux communs ou partager une même structuration des enseignements (stage obligatoire par exemple dans les trois parcours). Une attention particulière pourrait également être portée à l'équilibre des objectifs d'ouverture disciplinaire et de spécialisation autour du marketing afin de respecter les objectifs d'une licence généraliste.

Les étudiants du parcours *EC* développent un projet annuel de commercialisation de produits, les amenant à articuler à la fois leur savoir théorique et leurs compétences relationnelles avec le monde professionnel. Cette initiative originale pourrait être étendue aux autres parcours.

Notation

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

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 L1 (inscrits dans la mention ou dans un portail pouvant mener à l'obtention de ce diplôme)		150	183	140	60
Nombre d'inscrits pédagogiques en L2 (inscrits dans la mention ou dans un portail pouvant mener à l'obtention de ce diplôme)		44	92	116	93
Nombre d'inscrits pédagogiques en L3 (tous parcours <i>STG, EE, EC, IBM</i>)		195	201	220	236
L3 <i>EC</i>	82	50	72	69	87
L3 <i>IBM</i>	47	50	56	55	58
Taux d'inscrits pédagogiques sortant de L2 pour intégrer une autre formation que la L3 correspondante		0%	0%	0%	0%
Taux d'inscrits pédagogiques entrant en L3 venant d'une autre formation que la L2 correspondante					
Taux de réussite en L1 (sur la base du nombre d'inscrits pédagogiques ayant entièrement validé la L1)		44,67%	30,6%	36,43%	
Taux d'abandon en L1 (est considéré comme abandon l'absence de note à tous les examens et/ou au contrôle continu)		8%	11,48%	4,29%	
Taux de réussite en 3 ans (sur la base du nombre d'étudiants inscrits dans l'établissement à N-3 ayant obtenu leur diplôme)		23,19%	20%	14,2%	
Taux de réussite en 5 ans (sur la base nombre d'étudiants inscrits dans l'établissement à N-5 ayant obtenu leur diplôme)					
Taux de poursuite en deuxième cycle universitaire à l'UHA (tous parcours de la licence <i>Economie-Gestion</i>)		60,43%	71,52%	62,58%	
Dont <i>EC</i>		51,6%	54,12%	49,8%	57,8%
Dont <i>IBM</i>		8,6%	10,1%	6,4%	9,7%
Taux d'insertion professionnelle (taux d'inscrits en L3 ayant obtenu leur diplôme et s'étant insérés dans la vie professionnelle selon la dernière enquête de l'établissement)	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd
			L1 en 2010-2011	L2 en 2010-2011	L3 en 2010-2011
Volume horaire (nombre d'heures de présence d'un étudiant hors stage et projet tuteuré)					600
Taux des enseignements d'ouverture et de préparation à la vie professionnelle					18%
Nombre d'enseignants-chercheurs intervenant dans la mention					17
Nombre global d'heures assurées par ces enseignants-chercheurs					850
Nombre global d'heures assurées par des intervenants professionnels extérieurs					350



Observations de l'établissement

CAMPAGNE 2013-2017

OBSERVATIONS SUITE A L'EVALUATION AERES D'UN DIPLOME DE LICENCE

UNIVERSITE DE HAUTE ALSACE

Domaine
DEG
Mention
MARKETING
Spécialité

Numéro d'habilitation : S3LI130004219

Réponses aux recommandations faites à l'établissement :

L'équipe pédagogique de la licence Marketing a pris connaissance du rapport de l'AERES et remercie vivement les experts pour leurs analyses précises et détaillées, pour leurs encouragements aussi et cette évaluation qui constitue une forme de reconnaissance institutionnelle. L'équipe pédagogique ne souhaite rien ajouter à cette évaluation.

Fait à Mulhouse, le 29 mai 2012

Le Président de l'Université de Haute-Alsace



Alain BRILLARD