



HAL
open science

Licence professionnelle Stratégies et métiers de l'intervention médiatique et sociale

Rapport Hcéres

► **To cite this version:**

Rapport d'évaluation d'une licence professionnelle. Licence professionnelle Stratégies et métiers de l'intervention médiatique et sociale. 2014, Université Paul-Valéry Montpellier 3. hceres-02038689

HAL Id: hceres-02038689

<https://hal-hceres.archives-ouvertes.fr/hceres-02038689v1>

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



Stratégies et métiers de l'intervention
médiatique et sociale

de l'Université Paul-Valéry
Montpellier 3

Vague E – 2015-2019

Campagne d'évaluation 2013-2014



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

Section des Formations et des diplômes

En vertu du décret du 3 novembre 2006¹,

- Didier Houssin, président de l'AERES
- Jean-Marc Geib, directeur de la section des formations et diplômes de l'AERES

¹ Le président de l'AERES « signe [...], les rapports d'évaluation, [...] contresignés pour chaque section par le directeur concerné » (Article 9, alinea 3 du décret n°2006-1334 du 3 novembre 2006, modifié).

Evaluation des diplômes Licences Professionnelles – Vague E

Evaluation réalisée en 2013-2014

Académie : Montpellier

Établissement déposant : Université Paul-Valéry Montpellier 3

Académie(s) : /

Etablissement(s) co-habilité(s) : /

Spécialité : Stratégies et métiers de l'intervention médiatique et sociale

Secteur professionnel : SP6-Communication et information

Dénomination nationale : SP6-1 Activités et techniques de communication

Demande n° S3LP150009299

Périmètre de la formation

- Site(s) (lieux où la formation est dispensée, y compris pour les diplômes délocalisés) : Université Paul-Valéry Montpellier 3, route de Mende 34199 Montpellier cedex 5.
- Délocalisation(s) : /
- Diplôme(s) conjoint(s) avec un (des) établissement(s) à l'étranger : /
- Convention(s) avec le monde professionnel : /

Présentation de la spécialité

La licence professionnelle (LP) *Stratégies et métiers de l'intervention médiatique et sociale* vise à former des chargés de communication, des attachés de presse, des journalistes institutionnels et des directeurs de la communication.

A l'issue de la formation, les étudiants devraient être en mesure de maîtriser les principaux outils de communication externe (organiser une conférence de presse, concevoir un plan de communication, rédiger un plan médias, réaliser un dossier de presse,...), de concevoir et critiquer des outils de mesures statistiques (sondages, enquêtes, panels), d'effectuer des analyses de contenus et du discours, de préparer et mener des entretiens et interviews et de gérer des situations de communication de crise.

En particulier, le titulaire de ce diplôme possède :

- Une large culture en termes de sociologie des médias et de la communication.
- Une maîtrise de l'environnement juridique et économique du monde de la communication et de la presse.
- Une bonne connaissance du multimédia et des divers domaines spécifiques d'expression de l'information dans le monde contemporain.

Il doit également disposer d'une bonne connaissance de l'anglais liée aux nouvelles technologies et nouveaux médias.

Ouverte en 2008, portée par le département de sociologie de l'UFR 5 *Sciences du sujet et de la société*, elle serait aujourd'hui la seule LP tournée de manière spécifique vers la communication externe et intervention média. Elle est conçue comme un prolongement de plusieurs DUT et de BTS *Communication*. Organisée sur 342 heures de formation, elle intègre un projet tuteuré et 12 semaines de stage qui vise une meilleure professionnalisation.

Synthèse de l'évaluation

- Appréciation globale :

Le programme de cette licence professionnelle est cohérent mais présente cependant une faiblesse dans l'articulation des unités d'enseignement. En effet, il est constaté un déséquilibre lié à une orientation trop marquée en sociologie au détriment des apprentissages des techniques de communication, soit 42 % du volume horaire contre 31 %. L'anglais spécialisé en communication et média ne représente que 5,50 % du volume horaire et les techniques d'écriture et d'enquête 2,60 %, soit neuf heures seulement alors que l'étudiant devrait être en mesure de concevoir et de critiquer des outils de mesures statistiques (enquête, sondage,...)

Les enseignements sont en majorité dispensés sous forme de travaux dirigés plutôt que de cours, ce qui est un point très positif, surtout pour des promotions dont le nombre d'inscrits est arrêté à 19 étudiants.

La part des enseignements assurés par les professionnels est de 31 %, ce qui est en accord avec les orientations d'une licence professionnelle.

Les résultats énoncés en termes d'insertion professionnelle par l'enquête présentée, sur les promotions 2008/2009 et 2009/2010 soit 26 répondants (représentant 74 % des diplômés sur deux ans) montrent que l'insertion (quantitative et qualitative) est peu probante puisque 16 diplômés seulement occupent un emploi (sans précision du type du contrat), ce qui ne représente que 45 % de l'ensemble des diplômés sur la période considérée. 37 % des diplômés, soit 13 personnes, sont en poursuite d'études, ce qui est largement supérieur au taux maximum acceptable pour une LP. Pourtant, le contexte économique régional, bien que plus fragile actuellement qu'à l'ouverture de la formation, reste favorable aux métiers visés par la licence professionnelle. Le marché de l'emploi résiste plutôt bien dans ce domaine, malgré une baisse des embauches dans les collectivités locales et les structures publiques. S'il est constaté une chute réelle dans les pôles médias proprement dits, ceci ne devrait avoir que peu de conséquences, puisque la licence selon le dossier d'autoévaluation ne forme pas directement au métier de journaliste. Ce point constitue par ailleurs une contradiction avec ce qui est annoncé en termes de métiers visés (code ROME proposés).

Les besoins en personnels formés et compétents aussi bien sur les techniques classiques issues du journalisme que sur les nouvelles technologies de l'information et de la communication restent importants dans l'univers des entreprises, ainsi que dans le tissu associatif, en particulier culturel. Ils rendent ainsi la formation tout aussi pertinente qu'en 2008. L'adhésion des étudiants de la formation au Club de la Presse du Languedoc-Roussillon, et de manière plus élargie, aux réseaux des clubs de la Presse de France contribue à leur insertion professionnelle.

Le profil des intervenants professionnels est en bonne adéquation avec les compétences visées. Il y a cependant peu d'indication dans le dossier sur la diversité des lieux de stage dont la durée est de 12 semaines. Il n'existe aucune formalisation de partenariat en dehors d'une adhésion au club de presse. 60 heures sont consacrées au projet tuteuré, mais on ne dispose d'aucune indication sur le contenu et les modalités de ce projet. Malgré une bonne intervention du monde professionnel dans la formation, que ce soit dans les enseignements ou durant les stages et projets tuteurés, on ne constate malheureusement que peu d'effets positifs en matière d'insertion.

Du point de vue de l'attractivité, 150 candidats se présentent tous les ans, pour une sélection par un jury de 19 étudiants présentant un projet professionnel en lien avec la filière. 25 à 30 % des candidats sont issus de l'établissement. La part des étudiants inscrits provenant d'une deuxième année de licence générale est égale à 63 %. Cet indicateur est vraisemblablement à relier au fort taux de poursuite d'étude des diplômés.

Le taux de réussite de la LP est idéal (100 %), même si les étudiants ne bénéficient apparemment d'aucune procédure spécifique d'accompagnement pour les aider à une orientation pertinente.

Aucune précision n'est également donnée sur l'intégration de groupes spécifiques ni sur la prise en compte des différences de niveau entre les candidats, même si par ailleurs il est précisé que ne sont sélectionnés que les candidats ayant eu de bonnes notes lors de la formation précédente. Ceci dénote une absence de diversité qui pourrait constituer un plus pour la formation. Cette dernière ne comprend pas d'inscrits en alternance (contrat de professionnalisation) mais quelques étudiants en formation continue.

La formation ne dispose pas d'un conseil de perfectionnement ou d'autre organe de pilotage pour épauler le responsable pédagogique. Ce dernier est investi de plusieurs missions, telle que la réactualisation du volant de professionnels soumis à un relatif *turn-over*. Il veille à la préparation et la validation des conventions de stages, aux intérêts des étudiants ainsi qu'à leur bonne et intégration. Il est soutenu par les professionnels dans le suivi des stages et leurs soutenances.

- Points forts :
 - La spécialisation du diplôme en communication externe et intervention média.
 - L'intervention des professionnels qui représentent bien le domaine de spécialité.

- Points faibles :
 - La qualité insuffisante du dossier empêchant une évaluation plus complète.
 - Le programme pédagogique déséquilibré et peu professionnalisant présentant de nombreuses faiblesses.
 - La faible diversité des publics avec une formation surinvestie par des étudiants de L2 et très peu d'inscrits en formation continue.
 - L'absence de conseil de perfectionnement ou d'organe équivalent.

- Recommandations pour l'établissement :

Une réflexion approfondie quant à l'adéquation de la formation et les possibilités d'insertion professionnelle devrait être engagée. Il semble également nécessaire de mieux rééquilibrer les effectifs en formation continue et en alternance, de repenser les contenus et l'organisation de la formation pour plus de professionnalisation et de spécialisation dans la communication média, mais aussi plus de cohérence.

Enfin, la mise en place d'un conseil de perfectionnement et la formalisation les partenariats avec le monde professionnel contribueraient à l'amélioration continue de la formation.



Observations de l'établissement



ARTS, LETTRES, LANGUES,
SCIENCES HUMAINES ET
SOCIALES

UNIVERSITÉ
PAUL-VALÉRY
MONTPELLIER 3

UNIVERSITÉ PAUL-VALÉRY MONTPELLIER 3

Route de Mende – 34199 Montpellier – CEDEX 5

Tel : 04 67 14 20 00 – Fax : 04 67 14 20 43

www.univ-montp3.fr

MONTPELLIER, le 02 juillet 2014

Affaire suivie par Matthieu Gayet
Directeur des études et de la scolarité
matthieu.gayet@univ-montp3.fr
0467142034

Anne Fraïsse
Présidente de l'université Paul-Valéry
Montpellier 3
A
Jean-Marc GEIB
Directeur de la section formation et
diplôme de l'AERES

Objet : Observation évaluation AERES

Monsieur le Directeur,

Pour donner suite à votre demande, je vous informe que nous n'avons pas d'observations particulières concernant cette Mention.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Directeur, l'expression de mes respectueuses salutations.

La Présidente de l'Université

Anne Fraïsse