

# Licence professionnelle Marketing digital : gestion de contenus et stratégies numériques

Rapport Hcéres

► **To cite this version:**

Rapport d'évaluation d'une licence professionnelle. Licence professionnelle Marketing digital : gestion de contenus et stratégies numériques. 2015, Université Jean Moulin Lyon 3. hceres-02038808

**HAL Id: hceres-02038808**

**<https://hal-hceres.archives-ouvertes.fr/hceres-02038808>**

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.

# HCERES

Haut conseil de l'évaluation de la recherche  
et de l'enseignement supérieur

Formations et diplômes

## Rapport d'évaluation

### Licence professionnelle Marketing digital : gestion de contenus et stratégies numériques

- Université Jean Moulin Lyon 3

Campagne d'évaluation 2014-2015 (Vague A)

# HCERES

Haut conseil de l'évaluation de la recherche  
et de l'enseignement supérieur

Formations et diplômes

*Pour le HCERES,<sup>1</sup>*

Didier Houssin, président

---

En vertu du décret n°2014-1365 du 14 novembre 2014,

<sup>1</sup> Le président du HCERES "contresigne les rapports d'évaluation établis par les comités d'experts et signés par leur président." (Article 8, alinéa 5)

Évaluation réalisée en 2014-2015

## Présentation de la formation

Champ(s) de formation : Sciences humaines et sociales

Établissement déposant : Université Jean Moulin Lyon 3

Établissement(s) cohabilités : /

La licence professionnelle *Marketing digital : gestion de contenus et stratégies numériques* a été ouverte à la rentrée 2009. Intégrée à un IUT, elle a comme objectif de former des professionnels capables d'évoluer dans un environnement numérique.

Elle est visible grâce à une communication institutionnelle (plaquette, mise en ligne de la présentation), à une communication ciblée (site dédié à la licence, blog, facebook...) et à une communication en présentiel (salons).

## Avis du comité d'experts

La formation s'adosse à une définition de la communication numérique et de ses aspects stratégiques qui confirme l'importance des besoins dans ce domaine. Peut-être, le niveau d'une LP ne permet pas de répondre entièrement à des enjeux stratégiques vastes, mais trouve son objectif le plus juste dans la formation à l'environnement numérique et à sa gestion. La formation repose sur 440 heures TD et 20 heures de prérequis. Elle passe par un contrat de professionnalisation (1 an ou un stage en alternance de 120 jours). Les compétences visées semblent cohérente avec une LP, mis à part quelques éléments un peu surestimés comme la « maîtrise » du plan marketing après 20 heures. Le cursus commence par une mise à niveau (40 heures) en méthodologie pour le mémoire, et en conception intégration web. Les enseignements dispensés sont en adéquation avec les objectifs professionnels de cette formation.

L'intégration dans le territoire et dans le monde professionnel est bonne par le système des parrains, les conférences et les cas de projets en plus des intervenants professionnels. Il n'y a pas de lien entre les autres licences de l'IUT ou de l'Université.

L'équipe pédagogique se compose de 9 enseignants-chercheurs et de 15 intervenants professionnels (assurant 71 % des cours). Certains professionnels sont des gérants de sociétés spécialisées dans le digital. Les enseignants de la formation sont membres de réseaux de co-working. La responsable de la formation est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication. Le comité de pilotage se réunit chaque année. Il est indiqué que ce comité, en 2012-2013, a revu la maquette pédagogique pour l'adapter aux besoins nouveaux des entreprises. Il n'y a pas de conseil de perfectionnement.

Cette LP a de petits effectifs (10 à 20 étudiants par promotion de 2009 à 2013) plutôt en baisse depuis 2012. L'effectif est contingenté par le nombre de postes informatiques mis à disposition dans l'Université (18). Les étudiants recrutés pour cette formation proviennent de DUT (53 %) principalement d'autres IUT, de L2 ou L3 (20 %), de BTS (13 %). Depuis l'ouverture de la formation, le taux d'insertion professionnelle des diplômés est de 81 % (CDI, CDD). 19 % poursuivent leurs études surtout en écoles privées. Majoritairement, ils trouvent un emploi six mois après leur diplôme. Peu d'éléments concrets sont fournis sur l'insertion au delà de savoir si les diplômés sont en poste ou pas.

## Éléments spécifiques

Place de la recherche	Des enseignants-chercheurs en sciences de l'information et de la communication et en sciences de gestion interviennent dans la
-----------------------	--

	<p>formation.</p> <p>Les enseignants chercheurs qui pilotent ou interviennent dans la LP font des recherches et ont des publications qui portent sur les réseaux sociaux et la communication numérique.</p> <p>C'est un point positif pour une LP qui n'est pas toujours aussi reliée à des champs de recherche.</p>
Place de la professionnalisation	<p>La formation se fait par le biais de la professionnalisation sur un an. Des dispositifs sont mis en place pour permettre l'acquisition de compétences pré-professionnelles par les étudiants en adéquation avec les attentes du monde du travail. Ces compétences sont acquises dans le cadre du contrat de professionnalisation et lors du stage en entreprise.</p> <p>Par ailleurs, cette formation s'appuie sur des relations formalisées avec des professionnels du domaine concerné : ils interviennent dans la formation, ils parrainent les promotions, ils participent à une étude de cas et ils interviennent dans des conférences (cycle de deux à quatre conférences par an). Le choix d'un parrain, sa conférence inaugurale et sa proposition d'étude de cas vont au-delà d'un simple nom associé à une formation. Par ailleurs, cela montre la capacité de cette LP assez récente (2009) à être de façon récurrente attractive pour les professionnels.</p>
Place des projets et stages	<p>Cette place est centrale par le contrat de professionnalisation ou stage en alternance. De même, le projet relié au parrain est important.</p> <p>Un volume de 24 heures est consacré aux projets tuteurés, soit 5,45 % du volume de la formation, hors stage. Ce pourcentage est très faible et est en-deçà de ce qui est préconisé. Aucune information n'est donnée sur le type d'entreprises choisies, sur les sujets proposés.</p> <p>120 jours sont dévolus aux stages. Le rôle des tuteurs en entreprise est bien déterminé. Un vade-mecum leur est fourni (ainsi qu'aux étudiants) pour informer sur les compétences à acquérir. Le stage donne lieu à un mémoire, une soutenance et une note sur l'implication de l'étudiant dans l'entreprise.</p>
Place de l'international	<p>Il n'y a pas d'ouverture à l'international. Certaines conférences sont en anglais. Un cours d'anglais de seulement 32 heures est dispensé. Il serait souhaitable de renforcer ces cours dans une formation tournée vers le numérique.</p>
Recrutement, passerelles et dispositifs d'aide à la réussite	<p>Le recrutement est classique.</p> <p>Il s'effectue sur dossier puis par un entretien en présence d'un professionnel du secteur et d'un enseignant de l'université. A l'ouverture de la formation, les étudiants étaient titulaires d'un DUT SRC. La tendance actuelle est le recrutement d'étudiants issus des filières communication et gestion. En 2013, on observe 144 demandes pour 15 places offertes.</p> <p>Un travail est fait en communication pour faire connaître la formation à ses différents publics et même au public tout court comme en témoignent les articles de presse fournis.</p> <p>Les étudiants sont suivis individuellement dans un processus formalisé en ce qui concerne l'aide à la réussite et à l'insertion. Le contrat de professionnalisation joue sur ce point. Une mise à niveau sur le thème « conception et intégration du web » est prévu pour les étudiants non formés au préalable sur ces points.</p>
Modalités d'enseignement et place du numérique	<p>Les modalités sont classiques.</p> <p>Les cours sont dispensés en présentiel : un enseignement pratique (66 %) et un enseignement théorique (34 %).</p> <p>Un professionnel du secteur du digital assure une conférence inaugurale sur une thématique innovante, et propose une étude de cas (durée une semaine) plaçant les étudiants en situation réelle</p>

	<p>professionnelle. Des conférences-débats autour d'experts du secteur sont proposées.</p> <p>La formation est accessible en VAE. Pour l'instant, aucune personne n'a obtenu le diplôme. Des étudiants en reconversion sont accueillis en contrat de professionnalisation.</p> <p>Le numérique est normalement présent dans une formation qui y forme.</p>
Evaluation des étudiants	L'évaluation est classique. Les étudiants sont évalués en contrôle continu.
Suivi de l'acquisition des compétences	Ce point n'est pas suffisamment précisé, même s'il existe un portefeuille de compétences.
Suivi des diplômés	<p>Les promotions sont petites avec un bon taux de diplômés. Les anciens sont suivis par l'équipe de pilotage par LinkedIn et Viadeo.</p> <p>De plus, une enquête est réalisée chaque année à Lyon 3. Les résultats dans le dossier concernant l'enquête réalisée en 2012 sur les diplômés de 2010. Seules cinq personnes ont répondu sur six diplômés.</p> <p>Le taux de poursuite d'études n'est pas trop important, en revanche on ne sait pas quels sont les postes occupés, les niveaux de salaire, etc.</p>
Conseil de perfectionnement et procédures d'autoévaluation	<p>Il y a un comité de pilotage qui ne semble pas être un comité de perfectionnement. Les enseignements ne sont pas évalués par les étudiants.</p> <p>Dans le document est indiqué que l'évaluation de la formation par les étudiants est informelle. Lors de réunions annuelles, l'avis des étudiants est demandé.</p> <p>Cependant, l'enquête qui est indiquée ci-dessus évalue aussi la formation. A 50 %, les étudiants estiment la formation « correcte ».</p> <p>Le conseil de perfectionnement n'est pas précisé. Un comité de pilotage se réunit mais aucune précision n'est donnée sur le statut des participants.</p>

## Synthèse de l'évaluation de la formation

### Points forts :

- Les enseignements ont été revus pour s'adapter aux nouveaux médias (tablettes, mobiles) et aux nouvelles compétences.
- Le pourcentage des enseignements confiés à des professionnels dépasse très largement les recommandations de l'arrêté du 17 novembre 1999.
- L'adossement au monde professionnel est réel, le système des parrains engagés auprès de la promotion est dynamique et utile.
- L'étude de cas met l'étudiant en situation réelle de travail.
- Des cours de mise à niveau sont proposés.
- Les enseignants-chercheurs qui interviennent dans la formation sont actifs en recherche sur la thématique de la LP.

### Points faibles :

- Dans l'enquête sur l'insertion professionnelle des étudiants, il manque des informations sur les métiers, les secteurs, les statuts pour avoir une idée sur l'adéquation des emplois occupés avec la formation reçue.
- Pas d'information sur le type de partenariats dans le cadre de l'alternance.
- Difficultés de trouver un contrat pour les étudiants en contrat de professionnalisation.
- Evaluation de la formation par les étudiants informelle.
- Le comité de pilotage correspond-il à un conseil de perfectionnement ? qui y participe ? les étudiants sont-ils représentés ?

### Conclusions :

Cette formation est dynamique et très reliée au monde professionnel à la fois par les contrats de professionnalisation ou le stage en alternance, le système des parrains, les conférences, etc. Ce lien pourrait être encore affiné. Il est notamment important d'éclaircir le niveau de métier auquel la formation prépare en le reliant au devenir des diplômés.

Il est recommandé de mettre en place un processus d'autoévaluation de la formation plus formel et un conseil de perfectionnement. Les étudiants pourraient avoir accès à ces formalisations notamment via un livret étudiant.

# Observations de l'établissement



<b>IDENTIFICATION DE LA FORMATION :</b> <i>Licence, Licence Professionnelle ou master suivi de l'intitulé de la Mention</i>	<b>Licence professionnelle - Marketing digital</b> <b>Gestion de contenus et stratégies numériques</b>
<p><b>COMMENTAIRES</b></p> <p><b><u>Informations sur les métiers, les secteurs, les statuts :</u></b></p> <p>Les étudiants peuvent prétendre intégrer après l'obtention de leur diplôme une agence de web marketing, une agence de communication ou un service marketing (webmarketing ou communication) d'une grande entreprise. Elle vise différents métiers : webmarketeur, trafic manager, community manager, chef de projet web, Chef de projet e-marketing, référenceur, Brand Manager, Rédacteur online, Responsable Notoriété, Responsable e-réputation, Social Manager... Pour des compléments, consulter la famille des métiers en communication &amp; marketing du portail des métiers de l'internet <a href="http://metiers.internet.gouv.fr/">http://metiers.internet.gouv.fr/</a></p> <p>Les postes occupés par les étudiants de la promotion 2013-2014 sont : Rédactrice web &amp; Community Manager à l'ADT de la Nièvre, Chargée de communication digitale en freelance, Assistant Webmarketing et Communication Optimis, Chargé de projet web, Community Manager à Gemeka films, Responsable Webmarketing chez Bpeek, Webmarketeuse, chargée de communication chez Imagine Développement, Chef de projet digital Noviris, Chargée SEO, SMO Croquette-Land, Assistant Conseil Média Digital chez Cybercité, Expert en référencement et webmarketing chez A -Solution, Chargée de Community Management Sanofi</p> <p><b><u>Partenariat dans le cadre de l'alternance :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les partenariats en 2013-2014 : Toray Films Europe, Bpeek, Imagine développement, Croqueland, Crazy fête, Addonline, Groupe Blanchon, Better and Stronger, Gemeka Films Cybercité, Auxane Concept</li> <li>• Les partenaires en 2014-2015 : Cybercité, Auxane concept, Révaction production, Arkylia, Mayoparasol, Deuzzi, Amour de café, Numéricable</li> </ul> <p><b><u>Les points soulevés par les évaluateurs à améliorer :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Evaluation de la formation trop informelle</b>            Une auto-évaluation plus formelle sera mise en place à la rentrée 2015.</li> <li>• <b>Précisions concernant le comité de perfectionnement</b>            Jusqu'ici la licence comportait un comité de perfectionnement constitué de professionnels et d'universitaires. La mission principale de ce comité est de faire en sorte que la maquette reste proche des besoins des professionnels du secteur. La constitution d'un comité de perfectionnement intégrant un étudiant de la promotion en cours de formation et un ancien étudiant en poste dans le secteur du digital sera mise en place dès la rentrée prochaine.</li> </ul>	

**Manufacture des Tabacs**  
 6 cours Albert Thomas  
 BP 8242  
 69355 LYON CEDEX 08

Tél. +33 (0)4 78 78 78 78  
 Fax +33 (0)4 78 78 74 12  
[www.univ-lyon3.fr](http://www.univ-lyon3.fr)