



HAL
open science

Licence professionnelle Etudes statistiques, sondages et marketing

Rapport Hcéres

► **To cite this version:**

Rapport d'évaluation d'une licence professionnelle. Licence professionnelle Etudes statistiques, sondages et marketing. 2015, Université Pierre Mendès France - Grenoble - UPMF. hceres-02038891

HAL Id: hceres-02038891

<https://hal-hceres.archives-ouvertes.fr/hceres-02038891v1>

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 Etudes statistiques, sondages et marketing

- Université Pierre Mendès France - Grenoble - UPMF

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,¹

Didier Houssin, président

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

¹ 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 : Management des entreprises - économie (entrepreneuriat, innovation, développement durable)

Établissement déposant : Université Pierre Mendès France - Grenoble - UPMF

Établissement(s) cohabilité(s) : /

La licence professionnelle (LP) *Etudes statistiques, sondages et marketing* implantée au département STID (Statistique et Informatique Décisionnelle) du site de l'Institut universitaire de technologie 2 (IUT 2) de Grenoble, forme des techniciens spécialistes de l'enquête. Elle leur apporte des compétences en Informatique et Statistique, en Data Warehouse et Data Mining, renforcées par des compétences dans les domaines du Marketing, de la Banque et des Assurances.

Elle est proposée en formation initiale (alternance ou non) et en formation continue. L'alternance a été mise en place en 2011 sous forme de contrats de professionnalisation.

Le cursus de 450 heures de cours magistraux, travaux dirigés (TD) et travaux pratiques (TP) est structuré en trois unités d'enseignements (UE) théoriques auxquelles s'ajoutent les projets tuteurés de 150 h en petits groupes et le stage en entreprise de 16 semaines minimum.

La LP complète l'offre de formation de l'UPMF dans le domaine des enquêtes et du marketing quantitatif au côté du master *Etudes d'opinion marketing médias* de l'Institut d'Etudes Politiques (IEP) et du master *Marketing quantitatif* de l'Institut d'Administration des Entreprises (IAE).

Avis du comité d'experts

Cette licence professionnelle est dotée d'une équipe pédagogique équilibrée constituée de neuf enseignants-chercheurs, de trois enseignants de statut du secondaire et de 19 intervenants professionnels qui assurent plus d'un tiers des enseignements. La forte présence des enseignants-chercheurs est un point tout à fait positif, mais atténué par l'absence parmi eux de représentants des Sciences de gestion.

Le positionnement très scientifique (en termes de Statistique et d'Informatique) est indispensable pour le secteur des « études statistiques et sondages » et se retrouve dans tous les diplômes des établissements offrant cette option très porteuse d'emplois. Mais, dans le cas de cette licence professionnelle, le programme gagnerait à être renforcé par des références solides à l'environnement et à l'organisation de l'entreprise.

L'effectif est variable autour d'une vingtaine d'étudiants par an, mais en baisse significative sur les deux dernières promotions (16 en 2011-2012 et 13 en 2012-2013). L'alternance a été mise en place récemment, mais concerne comme la formation continue trop peu d'étudiants (8 % des effectifs sont en alternance et 6 % en formation continue).

Les étudiants proviennent en moyenne sur les dernières années à 71 % de Diplômes universitaires de technologie (DUT) de l'université, à 10 % de Brevets de technicien supérieur (BTS) et à 7 % de deuxième année de licence (L2) issus majoritairement de l'établissement. Le recrutement devrait être élargi en particulier en direction des L2 et BTS et sur le plan de la zone géographique.

Le taux de réussite moyen de 90 % est satisfaisant. On constate cependant, du point de vue de l'insertion, de trop nombreuses poursuites d'études (20 %) qui interrogent sur le caractère professionnel terminal de cette licence.

Si l'insertion professionnelle semble difficile en région, la licence professionnelle parvient à placer des diplômés sur le reste du territoire national et en particulier en région parisienne où l'équipe pédagogique organise une partie des soutenances de mémoire afin d'y favoriser les contacts et l'emploi de ses diplômés.

Éléments spécifiques

<p>Place de la recherche</p>	<p>Une grande partie des enseignants sont chercheurs du domaine en informatique et mathématiques appliquées ou en sciences politiques, sociologie et sciences économiques sur des thèmes appliqués. Ces recherches sont en liaison étroite avec les enseignements informatiques et statistiques. Le laboratoire de recherche en Sciences Sociales permet une interaction sur l'aspect sociologique et linguistique dans les enquêtes. On peut regretter l'absence d'enseignants-chercheurs en Sciences de gestion.</p>
<p>Place de la professionnalisation</p>	<p>19 enseignants professionnels assurent une part importante, (37 %) du volume de la maquette.</p> <p>Une journée de visite est organisée dans un institut de sondage et une journée des anciens fait partager l'expérience du métier et les débouchés professionnels aux nouveaux étudiants.</p> <p>La qualité du programme métier permet de former des spécialistes de l'enquête de haut niveau.</p> <p>Ces différents points apportent aux étudiants une approche forte de l'aspect professionnel du métier.</p>
<p>Place des projets et stages</p>	<p>Un projet tuteuré est réalisé en groupe par les « non-alternants » pour répondre à des demandes de commanditaires extérieures. Les alternants réalisent leur projet tuteuré au sein de l'entreprise d'accueil. Le projet tuteuré est soumis à deux soutenances, une en anglais à mi-parcours et une autre avec la remise du dossier en fin d'année.</p> <p>Les étudiants effectuent classiquement un stage en milieu professionnel : 16 semaines pour les non-alternants et 33 semaines pour les alternants.</p>
<p>Place de l'international</p>	<p>Le développement d'une collaboration avec le collège Rosemond à Montréal permet l'accueil de stagiaires canadiens.</p> <p>L'enseignement de l'anglais, à forte connotation métier, représente 10 % des enseignements de la formation.</p> <p>Les soutenances en anglais des projets tuteurés sont un plus, spécifique à cette formation.</p>
<p>Recrutement, passerelles et dispositifs d'aide à la réussite</p>	<p>Sur les cinq dernières années, 79 % des recrutements proviennent de l'UPMF. Près de sept étudiants sur 10 sont des DUT, près de un sur huit proviennent de BTS et de un sur 12 de L2.</p> <p>Le recrutement s'effectue sur dossier, principalement dans le domaine scientifique avec une part importante de DUT STID.</p> <p>60 heures de remise à niveau en statistique et informatique sont dispensées, ce qui facilite grandement la réussite et l'intégration de publics divers.</p>
<p>Modalités d'enseignement et place du numérique</p>	<p>L'enseignement se fait en présentiel, à 80 % en salle informatique, les moyens sont importants et très adaptés au cursus.</p> <p>Une plateforme numérique permet aux étudiants d'accéder aux documents déposés par les enseignants et facilite ainsi l'acquisition des savoirs.</p>
<p>Evaluation des étudiants</p>	<p>L'évaluation se fait classiquement sur la base :</p> <ul style="list-style-type: none"> - des épreuves de contrôle continu ;

	<p>- des travaux pratiques et des projets tuteurés ;</p> <p>- du mémoire de stage et de sa soutenance.</p> <p>Un jury composé d'enseignants universitaires et de professionnels délivre le diplôme.</p> <p>Une deuxième session d'examens est organisée pour les étudiants ayant échoué à la première session.</p>
Suivi de l'acquisition des compétences	<p>L'évaluation par contrôle continu permet d'avoir un suivi régulier des étudiants, d'appréhender en décembre leurs difficultés et de procéder à des réaménagements des enseignements sans que soient cependant précisés ces réaménagements.</p> <p>Pour les alternants, un livret de suivi est créé. Il regroupe les bilans des réunions « tuteur enseignant » et « tuteur entreprise » ainsi que, tous les trois mois, l'état d'avancement des missions de l'étudiant.</p>
Suivi des diplômés	<p>Une enquête annuelle est menée avec demande d'informations sur les entreprises, les postes et les salaires. Il est indiqué qu'elle est complétée en touchant tous les anciens, mais les résultats de cette enquête ne sont pas fournis.</p> <p>Une journée des anciens est organisée avec présentation de parcours professionnels qui est l'occasion pour les étudiants d'échanger et pour l'équipe pédagogique de faire le point.</p>
Conseil de perfectionnement et procédures d'autoévaluation	<p>Il n'existe pas de conseil de perfectionnement ni d'auto-évaluation permettant d'analyser les points positifs et les faiblesses de la formation.</p>

Synthèse de l'évaluation de la formation

Points forts :

- Equipe pédagogique équilibrée avec une présence notable de neuf enseignants-chercheurs.
- Excellent partenariat avec les entreprises.
- Programme métier de bonne qualité.
- Volume d'enseignement substantiel de mise à niveau.

Points faibles :

- Effectifs en baisse et offre régionale d'emploi restreinte.
- Absence d'enseignements et d'enseignants-chercheurs en Sciences de gestion qui entraîne de faibles apports théoriques sur l'entreprise, son organisation et son environnement.
- Absence de conseil de perfectionnement et d'autoévaluation.

Conclusions :

Face à une forte concurrence, la licence professionnelle *Etudes statistiques, sondages et marketing* sait, par la solidité de son programme, son équipe pédagogique de haut niveau et très impliquée, son excellent partenariat avec les entreprises, former des étudiants ayant un avenir prometteur sur le marché du travail.

La région de Grenoble n'offre cependant pas de débouchés professionnels spécifiques pour tous les étudiants et la baisse d'effectifs en est certainement une conséquence. L'organisation d'une partie des soutenances de mémoire en région parisienne est une initiative utile pour accroître les contacts là où est proposé le plus d'emplois dans ce domaine. L'équipe pédagogique devrait ainsi y accroître son recrutement d'étudiants. Le recrutement qui est surtout scientifique (DUT, quelques BTS et licences) pourrait être élargi à d'autres diplômes sur une zone géographique plus étendue.

Ces difficultés devraient néanmoins inciter les responsables du diplôme à réaménager le contenu de la formation en améliorant son orientation marketing. Même dans le volume horaire restreint d'une licence professionnelle, il devrait être intégré des enseignements de fond sur l'entreprise, son organisation et son environnement, essentiels à la future évolution de carrière des diplômés de cette spécialité et pour répondre davantage aux besoins des entreprises régionales... Ces enseignements pourraient être confiés à un enseignant-chercheur en Sciences de gestion.

L'orientation vers l'alternance prise il y a quelques années permet de donner les moyens financiers pour assurer une formation de qualité ; elle doit être développée.

Enfin, pour se mettre en conformité avec l'arrêté du 17 novembre 1999, il est nécessaire de mettre en place un conseil de perfectionnement.

Observations de l'établissement

Saint-Martin-d'Hères, le 20 avril 2015

Direction des formations et de la vie étudiante

Monsieur Jean-Marc GEIB

Affaire suivie par : Nathalie GENIN
Tél. : 04 76 82 83 01
Mél. : nathalie.genin@upmf-grenoble.fr

Objet : Evaluation HCERES 2015 – Champ Management des entreprises - Economie
(Entrepreneuriat, Innovation, Développement durable)

Monsieur le Directeur,

Nous tenons à remercier l'ensemble des membres du comité HCERES pour la qualité des travaux d'expertise qui ont été menés.

Nous vous informons que nous n'avons aucune observation à faire remonter à l'HCERES sur les formations ci-dessous.

MENTIONS

LICENCE DEG - ECONOMIE ET
GESTION
LICENCE DEG - ECO GESTION
LANGUE
LP DEG - ASSURANCE BANQUE
FINANCE
LP DEG - COMMERCE
LP DEG - ECHANGES ET GESTION
LP DEG - ESPACES NATURELS
LP DEG - GESTION DE LA
PRODUCTION INDUSTRIELLE
LP SHS - GESTION DES
RESSOURCES HUMAINES
LP DEG - GESTION DES
RESSOURCES HUMAINES
LP DEG - HOTELLERIE ET TOURISME
LP DEG - LOGISTIQUE
LP DEG - MANAGEMENT DES
ORGANISATIONS
MASTER DEG - ECONOMIE,
ENERGIE, DEVELOPPEMENT
DURABLE

SPECIALITES

Gestion patrimoniale et immobilière
Etudes statistiques, sondages et marketing; Gestion et marketing
du secteur vitivinicole
Commerce et distribution - DISTECH
Gestion et commercialisation des produits de la filière forestière
Economie, gestion durable de l'eau et territoires
Assistant RH: évaluations et développement psychologique des
ressources humaines
Gestion des ressources humaines et paie; Métiers de l'emploi et de
la formation
Management des unités hôtelières (MUH); Management des unités
de restauration (MUR)
Management des approvisionnements et de la logistique
Management des collectivités territoriales; Management de la
PME-PMI; Métiers de la comptabilité: révision comptable; Métiers
de la comptabilité: comptabilité et paie; Métiers de la comptabilité:
Fiscalité;
Economie de l'énergie et de l'environnement

MASTER DEG - INGENIERIE
ECONOMIQUE ET ENTREPRISE

Ressources humaines, organisation et conduite du changement;
Diagnostic économique d'entreprise; Ingénierie économique

MASTER DEG - ETUDES
INTERNATIONALES ET
EUROPEENNES

Gouvernance des organisations pour le développement
international

MASTER DEG - MARKETING

Marketing quantitatif; Ingénierie du marketing; Vente et distribution;
Recherche et conseil en marketing; Communication marketing

Nous vous prions d'agréer, Monsieur le Directeur, l'expression de notre considération distinguée.

Le Vice-Président Commission Formation et Vie Universitaire,



Michel ROCCA