



HAL
open science

Licence professionnelle Management de la relation commerciale

Rapport Hcéres

► **To cite this version:**

Rapport d'évaluation d'une licence professionnelle. Licence professionnelle Management de la relation commerciale. 2015, Université Savoie Mont Blanc. hceres-02038936

HAL Id: hceres-02038936

<https://hal-hceres.archives-ouvertes.fr/hceres-02038936v1>

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 Management de la relation commerciale

- Université Savoie Mont Blanc - USMB

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 : **Entreprise, gouvernance, responsabilités**

Établissement déposant : **Université Savoie Mont Blanc - USMB**

Établissement(s) cohabilité(s) : /

La licence professionnelle *Commerce spécialité Management de la relation commerciale* a été créée en 2008. Elle est localisée à l'Université Savoie Mont Blanc au sein de l'IUT d'Annecy.

Les objectifs pédagogiques de cette licence professionnelle (LP) sont assez larges dans le domaine du commerce. Il s'agit de former des cadres intermédiaires, à des postes tels que : chargé de clientèle, chef de secteur, chef de produit, responsable commercial etc. Le cursus est organisé en quatre unités d'enseignement (UE) de spécialisation (UE1 « Marketing-Gestion de la valeur commerciale » ; UE2 « Négociation - Développement et animation de la relation commerciale en multicanal » ; UE3 « Management commercial » ; UE4 « Compétences supports ») et deux UE professionnelles (UE5 « Projet professionnel » et UE6 « Activité professionnelle en entreprise »).

La LP *Management de la relation commerciale* est accessible en formation initiale classique et en alternance sous contrat salarié (contrat de professionnalisation). Elle est également ouverte aux sportifs de haut niveau dans le cadre d'un programme aménagé sur deux ans.

À caractère généraliste dans le domaine commercial, cette formation est organisée en quatre « groupes de formation » (en fonction du profil des étudiants et des missions réalisées dans le cadre de l'activité en entreprise) qui dessinent quatre parcours : *Développement commercial* (en alternance exclusivement, pour tout étudiant) ; *Commerce international* (pour les étudiants ayant une bonne maîtrise d'au moins une langue étrangère, alternance possible) ; *Technico-commercial industriel* (en alternance exclusivement, pour les étudiants issus de formations techniques) ; *Rythme sport et montagne* (sportifs de haut niveau). Les cours sont identiques pour les quatre parcours, cinq matières donnent toutefois lieu à des développements spécifiques (pour 80 heures de cours).

Avis du comité d'experts

Le cursus est cohérent avec les objectifs pédagogiques : la structure de la formation, décrite en compétences, est lisible et cohérente ; les connaissances et les compétences délivrées sont assez larges dans le domaine du commerce et du marketing tout en correspondant bien aux métiers visés. Les quatre UE de spécialisation sont complètes et pertinentes. On note un poids important de l'anglais commercial (56 heures). L'organisation de la formation en quatre groupes de formation permet de créer des parcours différenciés en fonction non seulement du parcours antérieur et du profil des étudiants mais aussi du type de mission en alternance ou de stage en entreprise. Globalement, on peut regretter le faible poids des enseignements transversaux : l'UE4 « Compétences support » est présentée dans le dossier comme une UE transversale mais elle intègre peu d'enseignements en économie (12 heures) et en droit (10 heures), la transversalité s'entend donc au regard des quatre spécialités commerciales et non de la pluridisciplinarité.

L'offre de formation concurrente se trouve essentiellement dans des bachelors commerce (en général des titres de niveau Bac+3) d'organismes privés. Le doublement, en cinq ans, des effectifs de la licence professionnelle (87 inscrits en 2013/2014) permet de témoigner de son attractivité. Il est regrettable cependant que le dossier ne mentionne pas le nombre de candidats, ce qui permettrait de vérifier ce point. La poursuite d'étude s'effectuant en dehors de l'université, il est difficile d'en connaître les enjeux réels et d'en conclure toutefois à des lacunes en termes de professionnalisation. Il serait nécessaire d'approfondir la question et de vérifier en amont que la LP correspond bien au projet des étudiants recrutés.

L'attractivité de la formation est également forte du côté du monde socio-économique. La correspondance du contenu de la formation avec les besoins du territoire est d'abord confirmée par l'employabilité des étudiants à la sortie : 80 à 90 % de propositions d'embauche. Le taux d'insertion réel reste toutefois variable : 72 % en 2009 et 83 % en 2010, il a chuté à 39 % en 2011 pour remonter à 58 % en 2012.

L'absence d'analyse de la poursuite d'étude ne permet pas d'en tirer de conclusion sur l'employabilité des jeunes. La formation est ensuite bien intégrée dans son milieu socio-économique. Cela se caractérise par un partenariat fort avec les entreprises de la région, accueillant les alternants, proposant des stages et des missions, intervenants en cours et dans le pilotage. Le partenariat avec le monde socio-économique est favorisé par le club entreprises de l'USMB. Enfin, le taux d'insertion de 83 % à la sortie du diplôme (98 % d'insertion à 30 mois) prouve le degré de professionnalisation de la formation. La principale zone de recrutement est la région Rhône-Alpes et le délai pour trouver un emploi est très satisfaisant (84 % des étudiants trouvent un emploi en deux mois).

Le noyau dur de l'équipe pédagogique est composé de neuf enseignants (deux maîtres de conférences, cinq enseignants du secondaire, un contractuel et un professeur associé) du département « Technique de commercialisation » de l'IUT d'Annecy. Les titulaires assurent une part conséquente de l'enseignement (40 %) assurant une stabilité de la formation tout en favorisant une implication importante de professionnels issus du milieu socio-économique (60 %). Si le nombre de titulaires permet un engagement certain dans la formation, il ne semble pas être suffisant en revanche pour assurer un suivi individualisé des alternants en entreprise.

Le pilotage de la formation est assuré par un professeur agrégé de l'enseignement du second degré (PRAG) dont le dossier ne mentionne pas la spécialisation. La LP est dotée d'un conseil de perfectionnement composé de représentants des partenaires professionnels et d'entreprises d'accueil des alternants qui se réunit une fois par an. Il ne comprend pas de représentant des étudiants. C'est un conseil actif qui permet des décisions concrètes d'amélioration de la formation, comme le renforcement de certaines matières (méthodologie du projet tuteuré, pratique de l'anglais commercial, commerce numérique) ou encore l'amélioration de la coordination des enseignants (développement de synergies entre certains cours).

Le recrutement dans cette LP se fait d'abord sur dossier (selon le niveau académique mais aussi le projet professionnel), puis selon l'obtention d'un contrat de professionnalisation ou un stage en entreprise (les étudiants bénéficient d'un accompagnement individuel à la recherche de stage ou contrat, sans que le dossier ne précise les contours de cet accompagnement et de job-dating organisés en juin par l'université). La formation est accessible à la fois à des profils gestion/commercial et à des profils scientifiques et technologiques (grâce à une mise à niveau et des parcours en entreprise adaptés). On regrette toutefois l'absence de données concernant la répartition exacte des étudiants selon leur formation d'origine et on note une prédominance de BTS et DUT. Il y a peu de candidats issus de L2 et donc très peu d'inscrits issus de L2 (un par an). On peut regretter l'absence d'action spécifique envisagée pour améliorer la place de ces étudiants.

Éléments spécifiques de la mention

Place de la recherche	Le dossier mentionne l'existence d'activités de recherche dans le domaine commercial et marketing à l'institut de recherche en gestion et économie.
Place de la professionnalisation	La professionnalisation de la formation est assurée par : le contenu du cursus, un investissement fort et équilibré (60 % des enseignements) de professionnels issus du monde socio-économique, les missions réalisées par les étudiants à la fois dans le cadre de l'alternance en contrat de professionnalisation (évaluées par un tuteur entreprise et un tuteur formation selon une grille commune) et dans le cadre de projets tuteurés (qui donnent lieu à un rapport professionnel évalué par deux enseignants et le tuteur entreprise).
Place des projets et stages	<p>La formation est délivrée principalement en contrat d'alternance salarié. L'accompagnement et le suivi en entreprise est effectué par un tuteur entreprise et l'évaluation est effectuée avec un tuteur formation à partir d'un livret de l'alternant. Le dossier mentionne une visite physique en entreprise de la part du tuteur formation, ce qui est un minimum. L'équipe pédagogique souhaite toutefois améliorer l'évaluation en entreprise en sensibilisant mieux les tuteurs à cette évaluation.</p> <p>Les projets tuteurés sont assimilables à des missions d'appui-conseil aux entreprises dont les exigences professionnelles sont fortes (analyse du besoin, cahier des charges, proposition de solutions, plan d'action etc.).</p> <p>Malgré une forte professionnalisation du cursus, on note toutefois une valorisation des UE5 (projet professionnel) et UE6 (activité en entreprise) assez modestes (10 crédits européens pour chaque UE).</p>

Place de l'international	Le « parcours » <i>Commerce international</i> est ouvert aux étudiants de bon niveau de langue et favorise les missions dans les entreprises d'envergure internationale. Selon le dossier, le niveau de langue doit toutefois être amélioré. Malgré une volonté de renforcer l'ouverture à l'international, le rythme d'alternance ne permet pas d'envisager de contrat de professionnalisation à l'étranger en dehors du bassin genevois. Quelques étudiants ERASMUS sont intégrés à la marge. Il n'y a pas d'accord avec une université étrangère.
Recrutement, passerelles et dispositifs d'aide à la réussite	L'admissibilité est étudiée sur dossier (niveau académique et projet professionnel). L'admission dépend de l'obtention d'un contrat de professionnalisation ou d'un stage. La LP permet une certaine diversité dans l'accueil des étudiants en recrutant des profils gestion mais aussi des profils scientifiques et technologiques (par une mise à niveau et des parcours en entreprise adaptés).
Modalités d'enseignement et place du numérique	La LP favorise une formation en face à face, tout en développant quelques outils TICE pour développer le lien entre les tuteurs entreprise et formation des alternants.
Evaluation des étudiants	L'évaluation est classique pour les UE de spécialisation (examens écrits, oraux, contrôles continus, travaux pratiques). Les projets tuteurés donnent lieu à un rapport professionnel soutenu devant un jury de trois personnes (deux enseignants et un professionnel). L'activité en entreprise des étudiants alternants est évaluée selon une grille commune, essentiellement par le tuteur entreprise et bénéficie d'une visite du tuteur formation.
Suivi de l'acquisition des compétences	De manière générale, il n'est pas fait mention dans le dossier d'outils spécifiques de type référentiel de compétence ou livret de valorisation de l'expérience des étudiants. Les étudiants en alternance peuvent bénéficier de la reconnaissance des compétences par un certificat de qualification professionnelle de branche.
Suivi des diplômés	Un suivi des diplômés est effectué à la sortie du diplôme par l'équipe pédagogique, puis un suivi à six mois et 30 mois est effectué par l'observatoire de la vie étudiante. Les enquêtes sont complètes.
Conseil de perfectionnement et procédures d'autoévaluation	La LP est dotée d'un conseil de perfectionnement composé de représentants des partenaires professionnels et d'entreprises d'accueil des alternants. Il se réunit une fois par an et prend des décisions concrètes d'amélioration. En plus de la procédure d'évaluation des enseignements effectuée au niveau de l'université, une autoévaluation est effectuée en continu par une relation de proximité avec les enseignants et les entreprises partenaires.

Synthèse de l'évaluation de la formation

Points forts :

- La LP *Management de la relation commerciale* est une formation professionnalisante qui s'effectue majoritairement en alternance.
- Elle est attractive du point de vue des étudiants (forte augmentation des effectifs) et du milieu socio-économique (propositions d'embauche), elle contribue à augmenter l'employabilité des étudiants.
- Son organisation en quatre grands « parcours » adaptés aux profils des étudiants et aux missions en entreprises est très pertinente.

Points faibles :

- Malgré les efforts pour diversifier le public accueilli (profils tertiaires et techniques), les étudiants proviennent majoritairement de BTS et de DUT. Le dossier ne mentionne pas d'action concrète pour l'amélioration du recrutement des étudiants issus de L2.
- Malgré la forte professionnalisation de la formation, la valorisation de la professionnalisation en crédits européens reste modeste (10 crédits européens pour l'activité en entreprise).
- On peut regretter le faible poids des enseignements transversaux (12 heures d'économie, pas d'enseignement en droit), notamment dans le parcours *Commerce international* (pas d'économie internationale).
- Malgré une forte contribution de la LP à l'employabilité des étudiants, on note toutefois une augmentation de la poursuite d'étude.

Conclusions :

La LP *Management de la relation commerciale* est une formation majoritairement en alternance dont le contenu et l'équipe pédagogiques, l'aménagement en quatre grands parcours et le positionnement dans le milieu socio-économique sont très pertinents. C'est une formation qui augmente fortement l'employabilité des étudiants tout en s'adaptant à une certaine diversité de publics (public technique et sportifs de haut niveau). Dans un souci d'amélioration, la formation gagnerait à engager différentes actions et réflexions :

- Engager des actions pour favoriser la candidature d'étudiants issus de L2.
- Réfléchir au poids des crédits européens des UE associées au projet professionnel et surtout aux activités en entreprise.
- Etudier plus précisément les quelques poursuites d'étude pour en connaître les enjeux et la valeur ajoutée réels.
- Dans le cadre de l'alternance, poursuivre le travail d'amélioration de l'évaluation en entreprise, de l'utilisation du livret de l'alternant et le rôle du tuteur formation et renforcer le nombre des titulaires qui ne semble pas être suffisant pour assurer un véritable suivi individualisé des alternants en entreprise.
- Dans le cadre du parcours *Commerce international*, poursuivre le développement de partenariats internationaux au-delà de la Suisse.

On note que si le dossier est très complet et de bonne qualité, il fait apparaître quelques manques : le nombre de candidat par année, afin de confirmer l'attractivité de la formation, l'activité de recherche des enseignants-chercheurs de l'équipe pédagogique et sa relation avec le laboratoire de recherche mentionné, afin de confirmer la possibilité de transferts recherche-enseignement.

Observations de l'établissement



UNIVERSITÉ
SAVOIE
MONT BLANC

Présidence
27 rue Marcoz
BP 1104 / 73011 Chambéry cedex

Tél. +33(4) 04 79 75 91 84

www.univ-smb.fr

PRÉSIDENCE

N/Réf. : PRE/DV/om/2014-15/ 223
Denis VARASCHIN
Président
presidence@univ-savoie.fr

Mesdames, Messieurs les Membres
du Comité d'Experts

le 4 mai 2015,

Objet : Rapport d'évaluation HCERES - A2016-EV-0730858L-S3LP160010558-
010327-RT- Licence Professionnelle MANAGEMENT DE LA RELATION
COMMERCIALE

Mesdames, Messieurs,

J'ai l'honneur de vous informer que l'Université Savoie Mont Blanc ne souhaite pas émettre d'observation relative au rapport d'évaluation émis par le Haut conseil de l'évaluation de la recherche et de l'enseignement supérieur.

Je vous prie de croire, Mesdames, Messieurs, en l'assurance de mes respectueuses salutations.

Denis VARASCHIN