

# Licence professionnelle Commercialisation des produits touristiques

## Rapport Hcéres

► **To cite this version:**

Rapport d'évaluation d'une licence professionnelle. Licence professionnelle Commercialisation des produits touristiques. 2015, Université de Bordeaux. hceres-02039053

**HAL Id: hceres-02039053**

**<https://hal-hceres.archives-ouvertes.fr/hceres-02039053>**

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 Commercialisation des produits touristiques

- Université de Bordeaux

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 : Droit, science politique, économie, gestion

Établissement déposant : Université de Bordeaux

Établissement(s) cohabilités : /

La licence professionnelle *Commercialisation des produits touristiques* est proposée à l'IUT de Périgueux sur le campus du Périgord. Une antenne de formation délocalisée en Martinique, en partenariat avec l'Association pour la formation professionnelle des adultes (AFPA) est indiquée dans le dossier.

Créée en 2009, elle propose une formation avec deux dominantes commerciales et des connaissances spécifiques à acquérir dans le secteur du tourisme, en adéquation avec des métiers visés, tels que par exemple, chef de produit touristique, forfaitiste, responsable commercial, assistant de promotion et de commercialisation. La formation s'effectue en initiale, contrat de professionnalisation et formation continue.

Selon les informations dans le dossier, la LP est proposée à des Bac + 2 : BTS Tourisme, BTS Management des unités commerciales (MUC), BTS Négociation et relation client (NRC), IUT.

## Avis du comité d'experts

Les métiers visés sont en adéquation avec les objectifs de la formation. Les techniques de commercialisation (marketing-négociation) sont privilégiées dans le contenu des enseignements qui sont majoritairement en TD (travaux dirigés). Cependant, au niveau de l'alternance, son organisation pratique manque de clarté. La répartition des cours entre les universitaires et les professionnels n'est pas pertinente, avec notamment des CM effectués par des professionnels sur des matières plus appropriées pour des enseignants de l'université.

Son positionnement dans l'environnement socio-économique, avec dès la création de la LP le soutien d'organisations patronales et de nombreux partenariats professionnels et institutionnels est satisfaisant. Sur cinq formations concurrentes identifiées, deux sont dispensées sur Bordeaux, mais la différenciation de la LP n'est pas mise en évidence.

Une antenne de formation délocalisée en Martinique est indiquée dans le dossier, mais sans précision sur la coordination entre les sites de formation.

L'équipe pédagogique se compose de 22 enseignants, avec 14 professionnels (y compris 2 professeurs associés sur un service temporaire - PAST, et dont l'un gère la formation). Les exigences pour l'intervention de professionnels sont exagérées, avec notamment un niveau d'études fixé à Bac+5 en plus d'autres critères sélectifs.

Si les enseignements sont majoritairement sous forme TD (travaux dirigés), certains cours magistraux (CM) sont dispensés par des intervenants professionnels (70 heures de CM au total).

L'organisation des rythmes d'alternance pose question dans la mesure où il est fait mention de 14 semaines de regroupement avec 2 semaines de cycles de formation sur site et de 3 à 4 semaines en entreprise pour les alternants, alors que les étudiants en formation initiale ont un stage de 17 à 24 semaines. Est-ce compatible ?

Plus de 63 % des enseignements sont confiés à des professionnels, mais au moins deux intervenants en techniques d'expression-recrutement (directeur adjoint de Carrefour) et techniques de conception de produits touristiques (responsable d'association) n'enseignent pas dans leur cœur de métier. Une conseillère en formation continue assure la gestion administrative de la formation au sein du service des licences professionnelles de l'IUT et vient en renfort auprès de l'équipe pédagogique. Trois conférences sont aussi citées, sans précision sur leurs objectifs et intérêts pédagogiques.

Le nombre de candidatures augmente, avec deux grandes catégories de profils Bac+2 commerce et tourisme (DUT TC, GEA, GACO et BTS Tourisme). La formation propose l’alternance avec des contrats de professionnalisation, lesquels sont cependant en diminution. Par ailleurs, il n’apparaît pas de liens avec un CFA (centre de formation d’apprentis) pour développer l’apprentissage.

Sur les cinq années d’existence, les effectifs sont stables sur deux promotions de référence, avec une capacité d’accueil qui serait limitée à 25 étudiants (alors que la promotion 2013-2014 s’élève à 28 étudiants) : 2011-2012, promotion de 22 étudiants, 2012-2013, 24 étudiants. Les taux de réussite des trois dernières années sont élevés, entre 94 à 100 %. Mais les principaux indicateurs pour une licence professionnelle ne sont pas satisfaisants, avec un tiers des étudiants en poursuite d’étude et des taux d’insertion insuffisants : 46 et 36 % pour les dernières promotions. Mais les données internes de l’enquête à six mois ne précisent pas le taux de réponse. L’enquête de l’Université de Bordeaux n’a pas de données disponibles sur l’insertion professionnelle. Par ailleurs, le manque d’information sur les métiers exercés par les diplômés rend impossible l’évaluation de l’adéquation de l’insertion professionnelle avec les objectifs de la formation.

## Éléments spécifiques de la spécialité

Place de la recherche	La participation de deux enseignants-chercheurs, ainsi qu’un PAST, n’est pas pertinente et il n’y a aucun lien avec le monde socio-économique permettant de créer une dynamique entre l’université et les entreprises dans une perspective d’anticipation de changements dans le secteur du tourisme.
Place de la professionnalisation	La période de stage varie de 17 à 24 semaines, mais cette imprécision sur la durée exacte pose question quant à la gestion commune d’étudiants aux périodes de professionnalisation pouvant varier jusqu’à 7 semaines ou davantage pour le contrat de professionnalisation.
Place des projets et stages	Si les modalités de mise en œuvre du stage sont satisfaisantes, le projet tuteuré n’est pas clair : il est collectif et l’objectif affiché est de rendre les étudiants opérationnels, mais on ignore les modalités concrètes. Aucun exemple de projet tuteuré réalisé n’est présenté.
Place de l’international	La LP étant spécialisée dans le domaine du tourisme, l’international devrait donc être privilégié, ce qui n’est pas le cas. Par exemple, seulement 1 étudiant sur 28 a fait un stage à l’étranger.
Recrutement, passerelles et dispositifs d’aide à la réussite	La communication pour les recrutements est multimédia, avec l’utilisation de nombreux moyens : salons étudiants, relations presse, réseaux sociaux, marketing direct. 11 heures de formation sont dédiées à de la méthodologie pour réussir le rapport écrit.  Les modalités de sélection sont très basiques (dossier et entretien) et imprécis quant aux critères utilisés pour évaluer les candidats.
Modalités d’enseignement et place du numérique	Certaines ressources de base liées aux savoirs universitaires nécessaires pour les thèmes étudiés en cours de formation sont disponibles sur une plateforme <i>Moodle</i> .  Il n’y a pas de politique en matière de langue, alors que la compétence linguistique est essentielle dans le tourisme.
Evaluation des étudiants	Le dispositif d’évaluation est classique et repose sur le contrôle continu et/ou examen terminal pour les enseignements. L’ensemble des modalités sont conformes à une LP.

Suivi de l'acquisition des compétences	<p>Le suivi d'acquisition des compétences est assuré par des échanges entre tuteurs professionnels et académiques sur la base du livret de l'étudiant.</p> <p>Le tuteur professionnel procède à deux évaluations d'acquisition des compétences à l'aide de grilles d'évaluation comprenant 10 items de compétences.</p> <p>Dans l'ensemble, le suivi de l'acquisition des compétences est satisfaisant.</p>
Suivi des diplômés	<p>Le suivi des diplômés est incomplet, voire défaillant dans la mesure où il ne répertorie pas les différents métiers occupés par les anciens étudiants. Par conséquent, il n'est pas possible d'évaluer l'adéquation de l'insertion professionnelle avec les objectifs de la formation.</p>
Conseil de perfectionnement et procédures d'autoévaluation	<p>Le conseil de perfectionnement comprend une liste exhaustive de membres (université et monde socio-économique), dont la présence aux réunions n'est certainement pas systématique et se réunit une fois par an.</p> <p>Il n'y a pas d'évaluation des enseignements par les étudiants et l'autoévaluation de la formation est très superficielle.</p>

## Synthèse de l'évaluation de la formation

### Points forts :

- Formation en alternance, assurant une professionnalisation.
- Une forte participation de professionnels, qui interviennent à plus de 63 % dans les enseignements.
- De nombreux partenariats avec le monde socio-économique.

### Points faibles :

- Des taux d'insertion professionnelle trop faibles pour une formation professionnalisante.
- Le taux de poursuite d'étude est trop élevé : un tiers de la promotion.
- L'absence d'un CFA permettant d'avoir des contrats en apprentissage.
- L'international et les langues étrangères sont négligés, alors qu'une formation en tourisme doit être efficace dans ces aspects.
- Le manque ou l'absence de suivi des cohortes de diplômés depuis la création de la formation.

### Conclusions :

Au préalable, il est important de signaler que le dossier de cette licence professionnelle *Commercialisation des produits touristiques* comporte des parties exactement identiques et des parties avec juste quelques modifications avec une autre licence professionnelle *Commercialisation et sécurité des produits alimentaires* de l'Université de Bordeaux : ce qui pose un problème de fond quant à la validité et la véracité des contenus dans ces dossiers respectifs (une remarque similaire est faite à propos de la LP *Commercialisation et sécurité des produits alimentaires*).

Concernant l'avis global sur la LP *Commercialisation des produits touristiques*, il semblerait que l'alternance suffirait à rendre valable la formation, alors que les indicateurs importants ne sont pas positifs : taux d'insertion insuffisant, trop de poursuites d'études, absence d'une politique en matière de langue et dans le numérique.

Le dossier d'autoévaluation apparaît « scolaire », sans suffisamment d'éléments concrets et précis sur la formation, avec également des contradictions dans certains chiffres.

Des améliorations sont donc à entreprendre au niveau de l'alternance (avec le développement de l'apprentissage, en complément des contrats de professionnalisation), de l'augmentation des taux d'insertion et d'actions volontaristes en vue de réduire les poursuites d'études. D'autant que cette LP semble bénéficier de suffisamment de partenariats avec le monde professionnel du tourisme et des institutions.

# Observations de l'établissement

L'établissement n'a pas formulé d'observation.