



# Licence professionnelle Assistant marketing et communication des petites et moyennes entreprises

## Rapport Hcéres

► **To cite this version:**

Rapport d'évaluation d'une licence professionnelle. Licence professionnelle Assistant marketing et communication des petites et moyennes entreprises. 2016, Université de Franche-Comté - UFC. hceres-02039158

**HAL Id: hceres-02039158**

**<https://hal-hceres.archives-ouvertes.fr/hceres-02039158>**

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

## Rapport d'évaluation

### Licence professionnelle Assistant marketing et communication des petites et moyennes entreprises

- Université de Franche-Comté - UFC

# HCERES

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

Formations

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

Michel Cosnard, 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 2015-2016

## Présentation de la formation

Champ(s) de formation : Sciences juridiques, économiques et de gestion

Établissement déposant : Université de Franche-Comté - UFC

Établissement cohabilité : /

La licence professionnelle *Management des organisations, spécialité Assistant marketing et communication des petites et moyennes entreprises* de l'institut universitaire de technologie (IUT) de Besançon - Vesoul, ouverte en 2009 au sein de l'Université de Franche-Comté a pour objectif de former des assistants auprès des responsables de petites et moyennes entreprises (PME), chargés de la collecte de l'information, de la définition de la stratégie marketing-communication et de la réalisation des actions promotionnelles et des outils de communication.

La formation s'effectue en présentiel sur le site de Besançon et permet d'acquérir une double compétence en marketing et communication, ciblée PME, d'étudier les outils numériques et de communication digitale. Le programme est organisé autour de six unités d'enseignements (UE), d'une UE consacrée au projet tuteuré et d'une UE de stage. Un réseau de partenaires professionnels apporte son soutien à la licence par la participation aux enseignements et aux projets tuteurés, ainsi que l'accueil en stage.

L'inscription en licence professionnelle est possible par différentes voies : formation initiale (FI) ou continue (FC), alternance sous forme de contrat de professionnalisation (15 % des effectifs) et validation des acquis.

## Synthèse de l'évaluation

La licence professionnelle de l'IUT de Besançon-Vesoul bénéficie d'un bon positionnement au sein de l'offre de l'Université de Franche-Comté ; elle jouit d'une grande notoriété et d'un très bon soutien de la part du monde professionnel.

Sa bonne attractivité est démontrée par le nombre important de candidats (en 2015, 28 inscrits pour 250 candidats, correspondant à 11 % des candidats et à 16 % des admissibles sur dossier). Par voie de conséquence, le taux de réussite est très élevé (100 diplômés pour 104 inscrits pour les quatre dernières années). Les étudiants inscrits viennent surtout de BTS (brevet de technicien supérieur) et DUT (diplôme universitaire de technologie - 85 % des inscrits depuis 5 ans), mais aussi de deuxième année de licence (L2) ou d'autres formations.

Cependant, le nombre de poursuites d'études s'établit en moyenne à un niveau élevé de 35 %, ce qui est un écart significatif par rapport à l'objectif d'accession à l'emploi des diplômés de licence professionnelle.

Le pilotage de la formation est de très bon niveau. L'équipe pédagogique comprend des enseignants de l'Université (au nombre de 10) auxquels s'ajoutent un professeur certifié et des enseignants professionnels (14). Ces derniers sont bien spécialisés dans les domaines enseignés ; ils assurent 38 % des enseignements.

Cette équipe pédagogique se réunit deux fois par an, en plus du conseil annuel de perfectionnement, qui lui réunit enseignants, professionnels et étudiants. Ce conseil possède un rôle important pour le fonctionnement de la licence, l'évolution de son programme ; ses participants analysent les « retours » des étudiants sur la formation, issus d'une enquête effectuée chaque année, et prennent en compte les avis des professionnels, notamment sur l'évolution des métiers et les demandes des entreprises.

Cette licence professionnelle est marquée d'une réelle spécificité dans le domaine de la communication et du marketing. Son programme de formation aboutit à un diplôme bien adapté aux exigences du marché. Il a été établi, à partir d'un référentiel de compétences correspondant aux postes cibles visés, à partir d'un groupe de travail composé de professionnels du marketing, de la communication et de l'industrie, en collaboration avec des enseignants-chercheurs de l'institut d'administration des entreprises (IAE), spécialisés en marketing et entrepreneuriat, de l'Université de Franche-Comté.

Le lien avec le monde professionnel est important et permanent. C'est un atout fort de cette formation. Il s'exprime par de nombreux partenariats et contacts. Les institutionnels régionaux (Chambre régionale de commerce et d'industrie - CCI, Agence d'intelligence économique, Confédération générale des petites et moyennes entreprises - CGPME, Mouvement des entreprises de France - MEDEF, etc.) sont associés à la définition et à l'évolution du programme. Les entreprises en grand nombre participent à la journée de proposition de stages aux étudiants (« stage-dating », auquel 75 entreprises ont été présentes en 2015), concluent des contrats de professionnalisation, proposent des sujets de projets tuteurés, accueillent les stagiaires, sont membres des jurys et du conseil de perfectionnement ou encore participent à différentes activités d'apprentissage (gestion de crise, jeu d'entreprise, visites, conférences etc.).

Le programme de formation est établi autour de six unités d'enseignement, d'un projet tuteuré et d'un stage en entreprise. Les UE sont cohérentes avec les objectifs affichés et le poids qui leur est accordé est bien réparti. Il est à regretter que l'international n'ait pratiquement pas de place au cours de cette année de formation. De plus, alors que les postes visés de marketing et communication utilisent de plus en plus le support de la langue anglaise même dans les PME, peu d'heures sont consacrées à l'apprentissage de cette langue (28 heures) et aucun cours n'est dispensé en anglais.

L'acquisition des compétences fait l'objet d'un contrôle continu total, avec une évaluation formative intermédiaire avant l'évaluation certificative finale pour les enseignements les plus longs.

Le suivi des diplômés est effectué de façon irrégulière par l'équipe pédagogique. Les enquêtes bisannuelles menées par l'Observatoire de la formation et de la vie étudiante (OFVE) de l'Université sont toujours succinctes dans leurs résultats et ne donnent pas les informations qui constitueraient des éléments à prendre en compte pour mesurer l'adéquation de la formation au marché du travail.

Le taux d'insertion professionnelle, d'après les informations issues de l'enquête interne de 2015 portant sur les neuf dernières années (enquête ayant eu un taux de réponse de 34 %), n'est que de 60 %. Ce n'est pas celui qu'on pourrait attendre d'une licence professionnalisante. Les poursuites d'études sont, en conséquence, élevées. Une analyse plus fine du devenir des étudiants est nécessaire, en particulier pour déterminer plus précisément si les postes occupés correspondent bien aux cibles affichées par la formation. La constitution d'un réseau d'anciens diplômés serait également une source utile d'informations pour l'équipe pédagogique comme pour les étudiants.

En conclusion, cette licence professionnelle est bien positionnée, dispose d'une réelle spécificité dans le domaine de la communication et du marketing et bénéficie d'un lien très fort avec le monde professionnel. Elle est très attractive pour les étudiants qui, après une sélection rigoureuse, obtiennent en grande majorité leur diplôme.

Malgré ces atouts, le taux d'insertion professionnelle, d'après les informations limitées disponibles, n'est pas très élevé et les poursuites d'études, en conséquence, importantes. Une réflexion doit être menée, en particulier avec les partenaires professionnels, pour en étudier les causes et trouver des voies d'amélioration

Par ailleurs, la formation pourrait s'ouvrir progressivement à l'international et poursuivre ainsi le développement de sa notoriété, en accueillant notamment des étudiants et enseignants étrangers, ces derniers pouvant assurer leur cours en langue anglaise, par exemple.

## Analyse

<p>Adéquation du cursus aux objectifs</p>	<p>Les objectifs de cette formation, le référentiel de compétences associé et l'organisation du cursus sont très clairement définis et en parfaite cohérence les uns avec les autres.</p> <p>La licence professionnelle <i>Assistant marketing et communication des PME</i> dispense des connaissances de très bon niveau dans les deux domaines ciblés, ainsi que dans les domaines supports (système d'information, informatique, outils de gestion, langue française et étrangère); son contenu est bien axé PME.</p> <p>Cependant, certaines matières pivot telles que « Système d'information » ou « Négociation commerciale » n'apparaissent pas clairement car probablement intégrées dans d'autres matières.</p> <p>Le programme initial a été établi avec des enseignants-chercheurs de l'IAE, spécialisés en marketing et entrepreneuriat et est régulièrement revu en lien avec les professionnels.</p> <p>Les partenariats et relations fortes avec le monde des entreprises et des institutionnels attestent de l'intérêt porté à cette licence et à la bonne définition de son cursus.</p>
---	--

<p>Environnement de la formation</p>	<p>La licence est bien positionnée, car elle n'a pas de formations universitaires concurrentes directes.</p> <p>Il existe d'autres formations ayant des objectifs voisins, dont certaines relativement proches géographiquement (IUT de Belfort-Montbéliard, de Dijon, de Lyon) mais cette licence est la seule à proposer la double compétence communication et marketing.</p> <p>Des organismes privés locaux dispensent aussi des formations dans les domaines du marketing et de la communication. Ces derniers disposent de moyens importants qui leur permettent d'obtenir avec plus de facilités des contrats de professionnalisation dans les entreprises.</p> <p>Il reste que cette formation s'appuie sur un très fort réseau d'entreprises et de partenaires, développant sa notoriété et lui permettant de bénéficier d'importants supports : présence importante lors du « <i>stage-dating</i> » (75 offres de stage en 2014), offre de projets élevés, participation à des exercices de gestion de crise, etc.</p> <p>Les liens avec les laboratoires de recherche de l'Université de Franche-Comté sont anciens et toujours actifs, ainsi qu'avec la Haute École de Gestion de Neuchâtel (Suisse).</p>
<p>Equipe pédagogique</p>	<p>L'équipe pédagogique est pluridisciplinaire et complète (au sens des compétences apportées), diversifiée et est très impliquée dans le pilotage de la formation.</p> <p>Onze enseignants académiques (dix de l'IUT, une extérieure) assurent 62 % du volume total des enseignements, mais seulement 10 % par des enseignants du supérieur (trois maîtres de conférences); les 38 % restant le sont par quatorze professionnels, recrutés en fonction de leurs compétences propres et occupant des postes à responsabilité dans des petites structures ou des organismes institutionnels.</p> <p>La responsable pédagogique assure un enseignement de cette licence professionnelle ; sous la responsabilité du chef de département, elle assure efficacement la coordination et la concertation entre les membres de l'équipe pédagogique ; cette dernière se réunit au moins deux fois par an.</p>
<p>Effectifs et résultats</p>	<p>L'attractivité et la sélectivité de cette licence sont excellentes, puisqu'en 2015 pour 28 inscrits, on enregistre 250 candidats, 170 admissibles sur dossiers suivis de 70 entretiens. Ces chiffres sont à peu près constants depuis trois ans.</p> <p>Le taux de réussite avoisine les 100 %, ce qui peut traduire pour partie la qualité du processus de sélection des candidats.</p> <p>La poursuite d'études est élevée, s'agissant d'une licence professionnelle avec une moyenne à 35 %. Ce taux s'établit à 20 % pour les dernières enquêtes sur les promotions de 2010 et 2011 de l'Observatoire de la vie étudiante.</p>
<p>Place de la recherche</p>	<p>La place de la recherche est toujours limitée dans le cursus des licences professionnelles et de celle-ci en particulier.</p> <p>Toutefois, des liens existent toujours entre les laboratoires de recherche de l'unité de formation et de recherche (UFR), en partie à l'origine de la définition du programme de la formation, par la présence d'un enseignant maître de conférences de l'Université.</p> <p>En 2014, quelques enseignants et étudiants ont participé à un projet de recherche franco-suisse.</p>
<p>Place de la professionnalisation</p>	<p>L'objectif de professionnalisation est parfaitement atteint et de nombreuses actions sont mises en place pour la consolider et la renforcer.</p> <p>Les contacts et partenariats avec le monde professionnel sont ainsi très fortement développés. Des liens existent tant avec les institutionnels (CCI, Pôle microtechniques, Union des Industries et Métiers de la Métallurgie - UIMM, MEDEF, CGPME) qu'avec les entreprises (structures de grands groupes comme des PME). Ces dernières participent en grand nombre au « <i>stage-dating</i> », proposant de nombreux stages et sujets de projets tuteurés.</p> <p>Les étudiants ont une part significative de leur année de formation en projet tuteuré (130 heures) et sont en stage en entreprise pendant 12 semaines minimum.</p>

	<p>Ils participent à des séances de travail appliquées au monde professionnel et/ou coordonnées par les professionnels à l'exemple d'un exercice de gestion de crise organisé par la CCI (chambres de commerce et d'industrie) et la Gendarmerie nationale.</p> <p>L'équipe pédagogique comprend 14 professionnels, assurant 38 % des enseignements appartenant au cœur de métier, certains d'entre eux étant membre du conseil de perfectionnement.</p> <p>La fiche du répertoire national des certifications professionnelles (RNCP) de cette formation est claire et bien rédigée.</p>
<p>Place des projets et stages</p>	<p>Le projet tuteuré et le stage ont la place qui doit leur revenir dans le cursus d'une licence professionnelle.</p> <p>Les projets tuteurés, d'une durée de 100 heures, sont définis à partir de propositions des entreprises.</p> <p>Le stage fait l'objet d'une très bonne organisation et d'un suivi précis.</p> <p>Une grille d'évaluation définit les compétences à acquérir au cours du stage.</p> <p>Les enseignants effectuent des visites en entreprise auprès du responsable du stage.</p> <p>La soutenance se fait devant un jury, composé de deux enseignants et du responsable du stage en entreprise, pour évaluer les compétences acquises et leur adéquation à la situation professionnelle.</p>
<p>Place de l'international</p>	<p>La place de l'international est limitée en dehors du partenariat ancien et actif avec la Haute Ecole de Gestion de Neuchâtel qui permet aux étudiants d'assister à des conférences ou à des journées d'études.</p> <p>La mobilité internationale n'est pas encouragée, l'équipe pédagogique estimant qu'elle n'est pas compatible avec l'objectif de professionnalisation.</p> <p>Les étudiants sont cependant informés de la possibilité qu'ils ont d'effectuer les deux semestres de scolarité aux Pays-Bas, dans le cadre d'un accord avec une école technologique. Cette disposition n'a pas été mise en œuvre.</p> <p>Une réflexion est engagée sur la possibilité d'effectuer un des semestres de la licence à l'étranger, mais ceci exigerait de modifier l'organisation en mettant en place une semestrialisation effective du calendrier.</p> <p>L'apprentissage de l'anglais a une place relativement limitée (28 heures), alors que cette langue est souvent un support important de communication. Aucun cours n'est donné en anglais.</p> <p>L'apprentissage d'une deuxième langue (14 heures d'allemand ou d'espagnol) est inscrit dans le programme obligatoire de la formation.</p>
<p>Recrutement, passerelles et dispositifs d'aide à la réussite</p>	<p>Le recrutement est de bon niveau. Il se fait sur dossier puis entretien ; le nombre élevé de candidatures (neuf fois plus que de places) permet une bonne sélection.</p> <p>La capacité d'accueil est fixée à 28. Les étudiants inscrits, entre 24 et 29 pour ces cinq dernières années, sont titulaires essentiellement de BTS et de DUT, mais aussi de deuxième année de licence ou d'autres formations.</p> <p>Des modules de mise à niveau sont en place pour les étudiants qui en ont besoin dans trois disciplines (marketing stratégique, outils de gestion, bureautique)</p> <p>Un dispositif d'entretiens individuels entre chaque étudiant et la responsable de la licence, assistée d'un professionnel, doit prochainement être mis en place, ce qui renforcera le suivi des étudiants, en l'améliorant.</p>

<p>Modalités d'enseignement et place du numérique</p>	<p>La licence accueille des étudiants majoritairement en formation initiale (de 58 à 75 % au cours des cinq années), d'autres en contrat de professionnalisation (quatre par an, soit 15 %) ou en formation continue (sept en 2010, deux à quatre par an depuis).</p> <p>Les validations des acquis sont éligibles à cette formation. Deux inscriptions ont déjà eu lieu, l'une en 2001, l'autre en 2013.</p> <p>L'accueil d'étudiants par le biais de contrats de professionnalisation est en concurrence avec celui proposé par les formations privées qui montrent une plus grande efficacité dans leur démarche commerciale.</p> <p>Les outils du numérique et digitaux sont bien présents dans cette formation qui passe par l'apprentissage des plateformes collaboratives, des outils de gestion de projets, des outils de veille, de stockage ou de partage d'information.</p>
<p>Evaluation des étudiants</p>	<p>L'évaluation des étudiants se fait selon des modalités précises, complètes et connues des étudiants et conformes aux textes réglementaires.</p> <p>Les enseignements académiques font tous l'objet d'un contrôle continu total.</p> <p>Pour les modules de plus de 15 heures, une évaluation informative a lieu en cours de séquence, une évaluative à la fin.</p> <p>Un devoir surveillé commun à trois modules se déroule à mi-parcours.</p> <p>On ne trouve pas d'information dans le dossier sur le jury d'examen, sa composition, son fonctionnement, ainsi que sur les modalités d'attribution de la licence et des crédits européens (ECTS) associés.</p>
<p>Suivi de l'acquisition des compétences</p>	<p>Le suivi de l'acquisition des compétences est bien défini, précis et régulier.</p> <p>Un référentiel de compétence existe (il est repris dans la fiche RNCP et dans la fiche « supplément au diplôme »), le programme des enseignements en étant la déclinaison.</p> <p>De nombreuses actions favorisent ou développent les compétences transversales, essentiellement des activités supplémentaires et hors cours, souvent réalisées en groupe : jeu d'entreprise, exercice de gestion de crise, challenge inter licences professionnelles etc. Les compétences transversales sont ainsi mises en valeur et évaluées lors d'un devoir commun à trois modules : géopolitique, intelligence économique et études marketing.</p> <p>Une tentative de suivi de l'acquisition de compétences sous forme de « journal de bord » a été abandonnée et remplacée par des réunions de bilan avec les étudiants trois ou quatre fois par an.</p> <p>Le supplément au diplôme décrit bien l'ensemble des compétences acquises.</p>
<p>Suivi des diplômés</p>	<p>Deux enquêtes de l'Observatoire de la formation et de la vie étudiante de l'Université portent sur les diplômés 2010 et 2011. Elles montrent que le taux d'insertion est voisin de 75 % et celui de poursuite d'études immédiate de 20 %.</p> <p>Au sein de la licence, il n'existe pas de suivi régulier des diplômés. Les enquêtes sont menées lorsque les moyens administratifs et financiers le permettent.</p> <p>Une enquête en ligne de septembre 2015, organisée par l'équipe pédagogique, a été adressée à 160 diplômés (de 2009 à 2015). Avec un taux de réponse de 34 %, elle indique une bonne cohérence entre les emplois tenus et la formation reçue, selon les informations issues de l'enquête qui mériteraient cependant d'être plus précises et détaillées (poste réellement tenu, nombre d'années dans le poste, rémunération, etc.)</p> <p>Le taux de poursuite d'études déjà élevé, 20 % en 2010 et 2011, augmente au cours des années suivantes jusqu'à 35 %, d'après cette enquête interne. L'objectif d'insertion professionnelle directe à l'issue de la licence doit donc être une préoccupation essentielle du pilotage de cette formation.</p>



<p>Conseil de perfectionnement et procédures d'autoévaluation</p>	<p>Le conseil de perfectionnement est en place et a un rôle très important pour la validation du fonctionnement de la licence, l'évolution de son programme et du référentiel de compétence.</p> <p>Il se réunit une fois par an et sa composition est complète : le chef de département, les enseignants académiques, des représentants des partenaires professionnels et deux représentants des étudiants.</p> <p>Une évaluation écrite et détaillée sur chaque module de la formation est demandée aux étudiants. Elle fait l'objet d'une étude précise par la responsable de formation qui en informe les enseignants et la présente au conseil de perfectionnement.</p> <p>L'autoévaluation présentée est complète mais ne contient pas de conclusion en termes de points forts ou de points à améliorer. Ceux-ci, transformés en objectifs, permettraient à l'équipe pédagogique de s'engager dans une démarche de progression continue, évaluée à l'occasion de chacune de ses réunions.</p> <p>A la lecture du dossier d'autoévaluation, rédigé par la responsable de la licence professionnelle, il semble que, compte tenu du ton adopté, celui-ci n'ait pas été relu ou n'ait pas reçu l'aval des responsables de l'IUT ou de l'Université.</p>
---	--

# Observations de l'établissement

UNIVERSITÉ DE FRANCHE-COMTÉ

Liste des formations du **champ des Sciences juridiques économiques et de gestion** ne faisant pas remonter d'observations sur le rapport rendu par l'HCERES :

L	Droit
LP	Achats
LP	Administration et encadrement du service à la personne
LP	Assistant marketing et communication des petites et moyennes entreprises
LP	Attaché au développement international des organisations
LP	Management du développement durable
LP	Métiers de la comptabilité et de la gestion
LP	Piloter les ressources humaines dans les petites et moyennes organisations
M	Droit privé
M	Droit public

Fait à Besançon, le 27 juin 2016.



Le Président

*Jacques Bahi*  
 Jacques BAHY