



HAL
open science

Licence professionnelle Statistique décisionnelle en marketing

Rapport Hcéres

► **To cite this version:**

Rapport d'évaluation d'une licence professionnelle. Licence professionnelle Statistique décisionnelle en marketing. 2016, Université de Bretagne-Sud - UBS. hceres-02039464

HAL Id: hceres-02039464

<https://hal-hceres.archives-ouvertes.fr/hceres-02039464v1>

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 Statistique décisionnelle en marketing

- Université de Bretagne-Sud - UBS

HCERES

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

Formations

Pour le HCERES,¹

Michel Cosnard, 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 2015-2016

Présentation de la formation

Champ(s) de formation : Sciences - technologies

Établissement déposant : Université de Bretagne-Sud - UBS

Établissement(s) cohabilité(s) : /

L'objectif de la formation de licence professionnelle (LP) *Management des organisations spécialité Statistique décisionnelle en marketing (SDM)* est de former des techniciens experts en exploitation des données à but commercial à travers une chaîne de compétences en marketing, en statistiques et en informatique décisionnelle.

Ainsi, une compréhension des enjeux marketing, de satisfaction et de fidélisation des entreprises est réalisable par l'intermédiaire d'outils statistiques, comme la segmentation, la typologie ou le *scoring*, appliqués sur l'ensemble des données recueillies par l'entreprise, pour aller jusqu'à l'individualisation des connaissances sur le comportement du client. Des outils d'informatique décisionnelle sont alors mis en œuvre pour le traitement de ces données.

La formation de licence professionnelle *Statistique décisionnelle en marketing* est unique en France et permet de former depuis 14 ans des chargés d'études statistiques, marketing ou géomarketing, des spécialistes en fouille de données ou *datamining*, ainsi que des analystes bases de données marketing.

La licence professionnelle *Statistique décisionnelle en marketing* est proposée en formation initiale et en formation continue exclusivement au sein du département Statistique et informatique décisionnelle (STID) de l'Institut universitaire de technologie (IUT) de Vannes.

Synthèse de l'évaluation

La licence professionnelle *Statistique décisionnelle en marketing (SDM)* forme des techniciens experts en exploitation des données à but commercial à travers une chaîne de compétences en marketing, en statistiques et en informatique décisionnelle.

La formation bénéficie d'un réseau professionnel très avancé. En effet, des professionnels et des entreprises partenaires de la formation sont impliqués dans tous les secteurs de la formation : ils proposent des stages et participent au management, aux enseignements, aux projets, au perfectionnement, ou à l'animation du réseau des anciens. Les enseignants ou intervenants professionnels assurent 51% du volume horaire des enseignements et 70% des projets tuteurés.

Point d'orgue de cette implication des professionnels, le projet tuteuré apparaît comme un modèle du genre. Chaque année, 7 à 8 nouveaux projets d'études issus de données réelles des entreprises partenaires sont réalisés par les étudiants. Ces projets pluridisciplinaires et réels d'entreprise sont managés par des professionnels de la statistique et du marketing. Le projet inclut une étape exploratoire ainsi qu'une dimension gestion de projet importante et permet aux étudiants d'identifier les différentes phases d'une étude et les besoins en termes de compétences techniques et professionnelles. En plus de sensibiliser les étudiants aux enjeux métiers et à leurs difficultés, ces projets permettent d'appliquer les connaissances et méthodes de toutes les unités d'enseignement (UE).

Ainsi, la qualité professionnelle et professionnalisante de la formation ainsi que la synergie industrielle dont bénéficie la LP *SDM* ne sont plus à démontrer, comme en atteste la place laissée aux professionnels dans la LP *SDM*.

Cette forte implication des professionnels semble toutefois se faire au détriment des aspects académiques (autoévaluation, international, outils numériques, devenir des étudiants, réseau des anciens,...) et la formation pourrait évoluer en ce sens. L'implication à long terme des anciens étudiants, dans les enseignements et les procédures de perfectionnement, paraît pouvoir être développée afin de faire évoluer la formation, en y incluant par exemple davantage de compétences en marketing, avec deux objectifs : l'emploi à long terme des diplômés et un positionnement différent qui permettrait un recrutement plus large.

En conclusion, l'autoévaluation identifie bien quelques lacunes (autoévaluation, international,...) mais ne propose pas réellement de pistes d'amélioration. Par contre, les lacunes les plus importantes (place du marketing, recrutement, emploi à long terme) ne sont pas suffisamment identifiées.

Points forts :

- Des liens développés avec un réseau de professionnels.
- Des projets tuteurés convaincants, traitant de problématiques techniques et encadrés aussi bien par les enseignants que par les professionnels.
- Pérennité de la formation et implantation régionale forte.

Points faibles :

- Pas de liens de la formation avec un réseau international et une prise en charge incomplète des langues vivantes.
- Un vivier de recrutement quasi-unique qui positionne cette formation comme la suite du Diplôme universitaire de technologie (DUT) *STID* de Vannes.
- Pas de suivi sur le long terme ni d'implication des étudiants après leur sortie d'école.
- La formation n'évolue pas suffisamment, alors que les taux d'emplois sont moyens et les taux de reprise d'études importants.

Recommandations :

- Il pourrait être intéressant de développer l'enseignement en langue anglaise.
- Le contenu gagnerait à évoluer, en particulier le marketing, avec deux objectifs : diversifier les sources de recrutement et améliorer l'emploi à long terme.
- L'implication des anciens dans la formation, en particulier la réalisation des enquêtes auprès d'eux, permettrait de faire évoluer la formation.

Analyse

<p>Adéquation du cursus aux objectifs</p>	<p>L'objectif de la formation est assez large, pour couvrir toute la chaîne d'expertise du domaine : depuis le recueil de données marketing jusqu'au traitement statistique de l'information. La formation est en adéquation avec les objectifs et couvre aussi les aspects techniques avec des mises en pratique.</p> <p>En revanche, bien qu'elles soient au cœur des problématiques du domaine, des attentes du marché et de l'intitulé du diplôme, les notions de marketing semblent être reléguées au second plan, au profit des statistiques et du traitement :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Au niveau des débouchés, le métier d'analyste de bases de données marketing apparaît en dernier alors que les compétences et le métier sont développés dans les enseignements. - Au niveau des enseignements, la sélection des informations à considérer ne semble pas être abordée du point de vue d'une analyse pertinente fondée sur des connaissances en marketing solides. <p>De même l'évaluation de la qualité de la donnée semble n'être considérée que du point de vue statistique et exploitabilité, et pas du point de vue de la pertinence. Le regard critique sur les données recueillies dans un domaine connu pourrait être davantage développé. Les aspects marketing pourraient donc davantage être mis en avant, et accompagner les</p>
---	--

	<p>problématiques de <i>big data</i> qui ont toute leur place dans la formation si elles sont bien focalisées sur l'analyse des données marketing.</p>
<p>Environnement de la formation</p>	<p>La statistique et le décisionnel forment un axe important développé au sein de l'université de Bretagne-Sud qui compte quatre masters dans le domaine, une activité de recherche, un Groupe de travail et une Chaire d'entreprise.</p> <p>De plus, la formation bénéficie d'un environnement de formation assez large et dynamique au sein du département Statistique et informatique décisionnelle (STID) de l'IUT de Vannes avec trois licences professionnelles et un Diplôme universitaire (DU). Elle se situe d'ailleurs dans le prolongement direct du DUT <i>STID</i> proposé dans le même établissement.</p> <p>L'environnement professionnel de la licence professionnelle est très présent et impliqué dans les différents aspects des enseignements. Concrètement, la formation compte un certain nombre d'entreprises partenaires, dont une douzaine de partenaires principaux dont l'implication concerne aussi bien l'encadrement des projets tuteurés et des stages que la dispense de certains cours, la participation au management de la LP, le dispositif de perfectionnement, la proposition de stage ou l'animation du réseau des anciens.</p> <p>Pour parfaire le dispositif, trois professionnels « piliers », dont le co-fondateur de la LP, sont particulièrement impliqués.</p>
<p>Equipe pédagogique</p>	<p>64% du volume horaire d'enseignement est assuré par des personnels de l'établissement, et plus de la moitié (55%) par des professionnels (des professeurs associés (PAST) font partie de l'équipe pédagogique), ce qui montre la bonne intégration de cette formation dans un réseau régional et national de partenaires.</p> <p>Le pilotage de la formation est réalisé conjointement par un académique (un professeur agrégé) et un professionnel (ex-professionnel associé (PAST)).</p> <p>Des personnels administratifs mutualisés sont aussi impliqués : une secrétaire et un responsable des stages.</p> <p>Finalement, deux enseignants pilotent spécifiquement les projets tuteurés qui bénéficient d'une organisation et d'un environnement très professionnel, un modèle du genre qu'il convient de conserver et de valoriser.</p> <p>Le pilotage de la formation et les différentes tâches ainsi assurés par quatre enseignants est une structuration intéressante afin s'assurer que l'ensemble des tâches puisse être mené à bien.</p>
<p>Effectifs et résultats</p>	<p>La procédure de sélection s'attache à classer des candidats pour attendre un objectif de 24 inscrits chaque année. Les effectifs de la licence professionnelle sont donc assez constants au fil des ans mais le taux d'acceptation (de dossiers classés) est en train d'évoluer de manière positive, il est passé de 75% en 2012 à 60% en 2015. Au final, les inscrits représentent 1/3 des dossiers déposés, ainsi que 1 ou 2 redoublements chaque année, ce qui montre l'attractivité certaine de la formation, tant au niveau du contenu que des débouchés.</p> <p>Le taux d'insertion de 100% à la fin de la formation (3 mois de recherche en moyenne) tombe à 80% au bout de 30 mois, avec une tendance négative et un taux de reprise d'étude qui est de 24%, ce qui n'est pas la vocation d'une licence professionnelle. Il semble que ce ne soit pas non plus une volonté des candidats... Reste l'inadéquation entre le marché du travail et l'attente des candidats.</p> <p>Le recrutement présente une fragilité majeure dont il faudrait se préoccuper. Sur la dernière promo, 100% des inscrits proviennent de la filière STID, et en particulier de Vannes (80% sur la dernière promo). Cette dépendance à un seul diplôme d'origine, avec une origine géographique restreinte est problématique.</p> <p>Il faudrait faire évoluer la formation pour élargir son recrutement tout en améliorant l'insertion à long terme.</p>

Place de la recherche	<p>La place de la recherche est cohérente pour une licence professionnelle.</p> <p>70% des enseignements sont assurés par des enseignants-chercheurs, ce qui permet d'importants liens avec le département STID. Cependant aucun enseignant-chercheur ou autre personnel de recherche n'intervient dans l'UE marketing.</p> <p>Le développement de projets ou conférences où interviennent chercheurs et/ou professionnels permet aux étudiants de se confronter à des problématiques actuelles et constitue une sensibilisation à la recherche.</p> <p>Ainsi, l'environnement et l'organisation permettent à l'étudiant d'appréhender les problématiques recherche du domaine.</p> <p>Une séance spécifique « Recherche en statistique décisionnelle & marketing », permettrait de parfaire cette information.</p>
Place de la professionnalisation	<p>L'environnement professionnel de la formation est assez complet, avec une forte implication des entreprises partenaires dans l'ensemble des activités, ce qui profite aux étudiants et participe à la reconnaissance de la formation.</p> <p>Ainsi, la formation propose un vrai projet tuteuré encadré par des professionnels, sur des problématiques concrètes d'une entreprise. Ce projet est évalué par deux soutenances organisées devant des professionnels, dont ceux de l'entreprise "cliente" de l'étude.</p> <p>Le stage a une durée minimum supérieure au minimum légal, et souvent de 20 semaines. L'implication de professionnels se prolonge jusque dans la dispense des enseignements. Les liens tissés entre l'équipe enseignante et le monde professionnel sont aussi renforcés à l'occasion des visites des professeurs réalisées pendant les stages.</p> <p>De plus, des aides au recrutement sont proposées par la formation, sous forme d'entretien d'embauche virtuels ou de support pour la rédaction des curriculum vitae (CV)/lettres de motivation</p> <p>Des partenariats avec des éditeurs de logiciels proposant des outils liés au domaine pourraient être développés, ainsi que les certifications qui sont essentielles pour des formations professionnelles.</p> <p>En ce qui concerne la fiche RNCP (Répertoire national des certifications professionnelles), l'application aux analyses marketing pourrait davantage être mise en valeur. De plus, il n'est pas fait mention de compétences techniques ayant trait au marketing ou à la connaissance des process d'entreprise (stratégie, positionnement, plan de communication, etc.)</p>
Place des projets et stages	<p>En complément des projets contenus dans les enseignements (projet SAS (<i>Statistical analysis system</i>), projet BO (<i>Business object</i>), projet marketing), la formation comprend un projet tuteuré qui apporte une dimension professionnelle originale et dont le volume d'heures (130) correspond à 1/4 du volume total, hors stage, conformément aux statuts légaux des licences professionnelles (Arrêté du 17 novembre 1999 relatif à la licence professionnelle).</p> <p>Les projets sont réalisés en prenant en compte des problématiques proposées par des professionnels du domaine. Ceux-ci sont aussi partie prenante de l'encadrement des étudiants. Quatre soutenances distinctes sont réalisées pour rendre compte du travail effectué dans les projets. Le rôle central des projets est avéré, mais un critère ou une méthodologie pourrait être mise en œuvre pour leur évaluation.</p> <p>Un stage de 16 à 20 semaines, de durée supérieure ou égale aux directives légales est présent en fin de formation. Le suivi des stages avec une note de synthèse mensuelle est intéressant. Par contre, les critères d'évaluation du stage doivent être développés, d'autant que le stage représente 1/3 des coefficients.</p> <p>Si le contenu est proche d'une alternance, et pourrait s'y adapter facilement, le planning nécessiterait une forte adaptation.</p>

Place de l'international	<p>L'international a une faible place dans cette formation, ce qui est regrettable car les données à traiter et les activités de veilles dans le domaine sont de plus en plus en langue anglaise.</p> <p>On relève un enseignement de langues vivantes de 38,5 heures, mais le dossier n'indique pas si elles sont assurées par un professionnel du métier, ce qui permettrait l'apprentissage du vocabulaire technique spécifique au domaine. De plus une soutenance de projet en langue anglaise a été introduite.</p> <p>Il faudrait pouvoir prolonger le cours et la soutenance de projet en anglais, avec un cours dispensé en anglais par exemple. De plus il est primordial, dans le cadre d'une formation professionnelle, que les étudiants passent systématiquement le TOEIC (<i>Test of English for International Communication</i>).</p>
Recrutement, passerelles et dispositifs d'aide à la réussite	<p>Les diplômés de deuxième année de licence (L2), DUT ou Brevet de technicien supérieur (BTS) en commercialisation, économie, gestion ou BTS scientifiques sont acceptés ; le recrutement se fait exclusivement dans les DUT <i>STID</i> depuis trois ans, et en particulier de Vannes (80% sur la dernière promo).</p> <p>Le processus de sélection ainsi que le contenu de formation, faible en marketing sont responsables de cette situation. Ils doivent évoluer.</p> <p>Le recrutement est problématique et positionne la formation comme la suite logique d'un DUT <i>STID</i>, car les étudiants locaux de cette formation sont sélectionnés directement ; les autres devant subir une étude assez poussée et parfois un entretien dont les critères sont les connaissances de cette formation.</p> <p>Ce mode de sélection a comme effet indirect d'écartier les bons candidats externes, qui doivent, par conséquence, encore plus se raréfier. Ceci représente une réelle inégalité et vient diminuer la reconnaissance nationale de cette formation, ce qui explique aussi le déficit d'insertion et ses conséquences.</p> <p>Parmi les dispositifs d'aide, deux semaines de mise à niveau sont prévues en début d'année, en particulier pour les notions de statistiques, mais leur utilité est faible en raison de l'homogénéité du recrutement.</p> <p>Il pourrait être intéressant de disposer d'un suivi personnalisé des étudiants en dehors des projets et du stage.</p>
Modalités d'enseignement et place du numérique	<p>La formation est uniquement accessible en présentiel.</p> <p>Les métiers visés ainsi que la formation sont intrinsèquement liés au numérique, et nécessitent une utilisation importante de différents systèmes informatiques, qui sont donc maîtrisés par les étudiants. Une formation aux scripts SAS est incluse mais un accès plus avancé aux outils informatiques (salle informatique en accès libre, accès à des licences logicielles) est nécessaire.</p> <p>De même, un complément de formation sur les outils numériques de communication, l'utilisation d'un espace pédagogique en ligne et le C2i (Certificat informatique et internet) seraient un plus.</p> <p>L'établissement a une politique d'accessibilité.</p> <p>La VAE (Validation des acquis de l'expérience) est possible pour la licence <i>SDM</i>, via le service dédié de l'établissement. L'équipe de la formation participe à l'expertise et apporte des conseils.</p>

<p>Evaluation des étudiants</p>	<p>Une évaluation classique est mise en place. Pour les enseignements, l'évaluation se compose d'examens pour la partie théorique, et de soutenance et rapport pour la partie pratique (mini-projets). Une évaluation en plusieurs étapes impliquant des professionnels est mise en place pour le projet tuteuré. L'évaluation du stage intègre une note de la part de l'entreprise d'accueil.</p> <p>Le critère de validation est conforme aux directives officielles (moyenne >10 pour les UE et moyenne >10 pour l'ensemble projets et stage). Le jury réuni après la période de stage est composé de 42% de professionnels, ce qui est également conforme (entre 25 et 50%). C'est lui qui décide des redoublements.</p> <p>Il est recommandé de mettre en place une méthodologie pour l'évaluation des projets et des stages. Dans les projets de groupe, il est important de pouvoir individualiser les notes et de laisser une part suffisante à l'évaluation de la prestation orale car ce vecteur est primordial dans les futurs métiers des diplômés.</p>
<p>Suivi de l'acquisition des compétences</p>	<p>Bien que les compétences visées soient identifiées, ce suivi n'a pas été formalisé pour la formation LP <i>SDM</i> et aucun dispositif spécifique visant à contrôler l'acquisition des compétences des étudiants est mis en place, hormis les évaluations finales et le suivi personnalisé lors des projets.</p> <p>L'instauration envisagée d'un suivi individualisé des étudiants est nécessaire, tout comme l'est la mise en place d'un portefeuille de compétences et la publication de ses items. Cette démarche permettrait une meilleure visibilité et reconnaissance de la formation, et permettrait de diversifier le recrutement à destination des formations à l'extérieur.</p>
<p>Suivi des diplômés</p>	<p>Le suivi des diplômés fait l'objet de deux enquêtes : une enquête interne réalisée par le département STID au bout de six mois et une enquête annuelle effectuée par l'Observatoire de l'insertion professionnelle (OIP) à 30 mois.</p> <p>Sur la période considérée, seul le résultat de l'enquête de l'OIP est présenté. Le taux de réponse est de 85% en moyenne. Les résultats ne semblent pas être consolidés pour en faire ressortir des points d'amélioration de la formation.</p> <p>Le suivi des diplômés n'est pas suffisant. Le dossier mentionne en point d'amélioration la réalisation d'enquêtes sur un panel d'anciens étudiants après plusieurs années d'exercice.</p> <p>Effectivement, une enquête plus poussée auprès des anciens étudiants, via le réseau des anciens par exemple, permettrait un retour constructif sur la formation et une meilleure connaissance du devenir des étudiants. Cette démarche permettrait de faire évoluer la formation en adéquation avec les évolutions des métiers du domaine. Cela permettrait aussi d'impliquer les anciens étudiants dans les enseignements.</p>
<p>Conseil de perfectionnement et procédures d'autoévaluation</p>	<p>Un conseil de perfectionnement est formalisé et se réunit une fois par an dans le but de veiller à l'adéquation entre la formation et les attentes du marché. Ce conseil est constitué de 3 enseignants et 3 professionnels mais ne comporte pas de délégués des étudiants ni d'anciens étudiants.</p> <p>Peu de place est donc laissée aux retours éventuels des étudiants sur la formation. Il y avait précédemment un questionnaire à remplir par les étudiants à l'issue du stage, qui est maintenant remplacé par des échanges sans formalisme particulier, dont la périodicité ou la durée n'est pas précisée, ou bien pendant les visites lors des stages. Ce lieu n'est sans doute pas le plus adapté pour que la parole des étudiants soit libre.</p> <p>On voit donc une dégradation des interactions avec les étudiants, qui sont maintenant minimales. Il est préjudiciable à la formation de ne plus avoir aucun retour de la part des étudiants après la mi-stage.</p> <p>Il faudrait pouvoir impliquer les étudiants, et même les anciens étudiants, dans le conseil de perfectionnement et l'autoévaluation.</p> <p>Un échange en milieu de la période de cours (début décembre) pourrait aussi être prévu.</p>

Observations de l'établissement

DOSSIER SUIVI PAR :

Cellule d'aide au pilotage
lucie.garnier@univ-ubs.fr
02 97 01 70 66

Jean PEETERS,
**Président de l'Université Bretagne
Sud**

à

Monsieur Jean-Marc GEIB
**Directeur du département évaluation
des formations et diplômes**
**Haut Conseil de l'Évaluation de la
Recherche et de l'Enseignement
Supérieur**
2, rue Albert Einstein
75013 PARIS

Objet : Observations de portée générale relatives au rapport transmis par le Comité d'Évaluation du HCERES –
Licence Professionnelle STATISTIQUE DECISIONNELLE EN MARKETING –
B2017-EV-0561718N-S3LP170012109-013856-RT.

Monsieur le Directeur,

Tout d'abord nous tenons à remercier le Comité d'Évaluation et les responsables du HCERES pour leur implication et leur participation à l'évaluation de la formation licence professionnelle Statistique décisionnelle en marketing.

La lecture du rapport du HCERES soulève de notre part les observations de portée générale suivantes :

Positionnement de la formation :

Le choix du positionnement de la formation dans le marketing relationnel avec un fort ancrage « connaissance client » à travers les matières statistiques et informatique décisionnelle fait de la LP SDM une formation reconnue pour cette spécificité avec un retour très positif des entreprises partenaires. Son lien avec la chaire d'entreprise « Décisionnel – Connaissance client » en est une preuve supplémentaire. L'intervention de professionnels du domaine, qui interviennent pour 80 % des cours de marketing et gestion de la relation client, et qui participent également aux conseils de perfectionnement assure à la formation d'être au plus près des besoins de l'entreprise dans ce secteur et lui permet d'évoluer en fonction des besoins.

Recrutement et diversification des publics :

Le manque de diversification des publics illustre l'attractivité en interne de la formation, mais aussi la difficulté à trouver un public adapté : la majorité des dossiers reçus sont soit des étudiants ayant un profil STID, soit des étudiants n'ayant pas un profil scientifique. Cependant, cet axe a été soulevé lors de la rédaction du rapport et des actions de communication sont menées depuis deux ans auprès de formations présentant un profil adapté. L'élargissement se fait notamment en direction de certains DUT (Techniques de Commercialisation, GEA...) et de licences scientifiques (Mathématiques, Informatique, MASS, Maths-éco...). Pour 2015-16, 30 % de la promotion venait avec un profil non STID. Quant au recrutement, il ne favorise pas systématiquement les étudiants du DUT STID, mais un entretien téléphonique s'avère nécessaire pour éviter au futur étudiant une mauvaise lecture des

Présidence

27 Rue Armand Guillemot • BP 92116
56321 LORIENT Cedex
02 97 87 66 66

www.univ-ubs.fr

Université Bretagne Sud : Faculté droit, sciences économiques & gestion • Faculté lettres, langues, sciences humaines & sociales • Faculté sciences & sciences de l'ingénieur • Ecole d'ingénieurs ENSIBS • IUT Lorient - Pontivy • IUT Vannes • 13 laboratoires de recherche.

contenus de la formation et éviter un mauvais choix d'orientation ; cet entretien, et notamment la connaissance de la formation, n'entre pas dans les critères de sélection d'un dossier mais est plutôt un critère de confirmation pour un candidat présélectionné. Cet échange permet de conforter le choix de l'étudiant et de créer un premier contact avec le candidat pour l'aider à favoriser son insertion.

Insertion professionnelle :

En ce qui concerne l'insertion professionnelle, le taux de 76% observé en 2013 et cité dans l'évaluation ne traduit pas le taux de recherche d'emploi, celui-ci étant autour de 12%, pouvant correspondre à une période de transition entre deux postes ou à une recherche d'emploi sur des critères géographiques précis, le turnover étant fort dans les métiers du secteur. Les poursuites et/ou reprises d'étude des étudiants sont volontaires (et les étudiants n'y sont pas encouragés par le responsable), et l'insertion à 6 mois est autour de 100% en général pour ceux qui souhaitent s'insérer après la LP, dont une majorité en CDI. Enfin, la reprise d'étude à l'issue d'une expérience professionnelle relève d'une volonté de diversification ou d'amélioration de son niveau de qualification et non d'une difficulté à s'insérer professionnellement. Il est à noter que l'ouverture prochaine à l'alternance (prévue à la rentrée 2017) a pour visée la diminution de la poursuite d'étude.

Suivi des diplômés et auto-évaluation :

Il n'a pas été cité dans le rapport deux enquêtes sur l'évaluation et l'attractivité envoyées par l'université aux étudiants en cours d'année, l'une au mois de novembre, l'autre au mois d'avril. Plusieurs enseignements sont évalués par les intervenants ; depuis cette année, cela est généralisé à chaque module d'enseignement. Quant au suivi des anciens, nous menons une enquête téléphonique auprès des anciens étudiants entre 6 mois et un an après leur diplomation et une enquête menée par le SUIOIP à 30 mois auprès des anciens étudiants, ainsi que des retours d'anciens étudiants directement (via notamment la journée des anciens qui est une journée où participent des anciens étudiants du DUT STID et des licences professionnelles rattachées, pour présenter leur métier).

Réseau des anciens :

Bien qu'étant un item non développé dans le cadre de l'évaluation, la LP SDM bénéficie d'un fort réseau des anciens, fédéré en association regroupant le département STID de l'IUT de Vannes ainsi que ses trois LP. L'association administre un site internet sur lequel les entreprises déposent des offres d'emploi, accessibles à tous les anciens étudiants. Le rythme de dépôt d'offre d'emploi est important (une dizaine d'offres d'emploi par mois). Des anciens étudiants interviennent dans la LP dans le cadre des projets, et de nombreux intervenants (2 enseignants permanents, 3 professionnels) sont issus du DUT STID avant la création de la LP. Le recrutement d'intervenants se fait prioritairement vers les anciens étudiants, et des discussions sont en cours pour des interventions d'anciens sur des modules lors de la nouvelle accréditation.

Veillez agréer, Monsieur le Directeur, l'expression de mes sentiments distingués.

Jean PEETERS
Président de
l'Université Bretagne Sud



Présidence

27 Rue Armand Guillemot • BP 92116
56321 LORIENT Cedex
02 97 87 66 66

www.univ-ubs.fr

Université Bretagne Sud : Faculté droit, sciences économiques & gestion • Faculté lettres, langues, sciences humaines & sociales • Faculté sciences & sciences de l'ingénieur • Ecole d'ingénieurs ENSIBS • IUT Lorient - Pontivy • IUT Vannes • 13 laboratoires de recherche.