

Licence professionnelle Les technologies de l'information et de la communication (TIC) appliquées au marketing et au commerce

Rapport Hcéres

► **To cite this version:**

Rapport d'évaluation d'une licence professionnelle. Licence professionnelle Les technologies de l'information et de la communication (TIC) appliquées au marketing et au commerce. 2016, Université de Franche-Comté - UFC. hceres-02039590

HAL Id: hceres-02039590

<https://hal-hceres.archives-ouvertes.fr/hceres-02039590>

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 Les technologies de l'information et de la communication appliquées au marketing et au commerce

- Université de Franche-Comté - UFC

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 juridiques, économiques et de gestion

Établissement déposant : Université de Franche-Comté - UFC

Établissement(s) cohabilité(s) : /

La licence professionnelle (LP) *Commerce, spécialité Les technologies de l'information et de la communication appliquées au marketing et au commerce (TIC@MACO)*, créée en 2008, vise à former à l'utilisation des technologies de l'information et de la communication, des futurs commerciaux polyvalents. Cette licence prépare principalement les étudiants à intégrer des très petites ou petites et moyennes entreprises (TPE - PME). Rattachée à l'institut universitaire de technologie (IUT) de Belfort-Montbéliard, les enseignements sont dispensés au département Techniques de commercialisation de Belfort.

Les métiers visés sont variés : animation de sites web, *community management*, conception multimédia, et plus classiquement attaché commercial ou responsable « gestion relation clients ».

Les effectifs (jusqu'à 46 en 2011) se stabilisent autour de 24 élèves (en 2014). Les étudiants proviennent, à l'exception de quelques validations des acquis de l'expérience ou professionnels, de brevets de technicien supérieur (BTS) ou de diplômes universitaires de technologie (DUT).

Synthèse de l'évaluation

Cette licence professionnelle cherche, au travers des différents enseignements, à apporter aux étudiants des compétences de base nécessaires pour des métiers à connotation commerciale (négociation) ainsi que des compétences spécifiques à l'usage des TIC en termes de création multimédia, conception et animation de sites internet, utilisation des réseaux sociaux et des outils informatiques de gestion de la relation clients (GRC).

Cette licence ambitionne de former à 25 métiers selon sa fiche du répertoire nationale des certifications professionnelles (RNCP) et son programme de formation est donc très large. Chaque domaine faisant à lui seul potentiellement l'objet d'études spécifiques et plus poussées pour en maîtriser les compétences, l'ensemble permet de former des généralistes beaucoup plus que des spécialistes. Au final, il ne semble pas que les compétences et connaissances acquises, trop générales permettent une réelle insertion professionnelle pour l'ensemble de ces métiers. Les enseignements de cette LP ne semblent pas spécialiser les étudiants plus que ne le fait le brevet de technicien supérieur.

Pour autant, cette licence attire les jeunes (200 dossiers de candidature) et sa « promesse » de former des commerciaux aux TIC répond bien aux évolutions du marché. Une centaine d'organisations « partenaires » sont évoquées comme « point fort » de cette licence, mais la consultation des documents joints au dossier montre une autre réalité : ces organisations accueillent les stagiaires ou manifestent l'intention de le faire.

Les professionnels n'interviennent que pour 25 % du volume d'heures de cours, ce qui est juste le seuil réglementaire minimal d'une LP. Les « praticiens » ne sont pas assez impliqués dans les enseignements ni dans le pilotage de la formation. Les enseignants « universitaires » ne sont pas engagés dans d'éventuelles recherches dans ce domaine (TIC) qui pourtant est en constante évolution (il n'y a aucun enseignant-chercheur dans l'équipe pédagogique). L'utilisation des modalités de *E-learning (Moodle)* se limite au dépôt de documents, et de manière paradoxale pour une LP destinées à enseigner les TIC, il n'y a pas de portefeuille numérique de compétences. La dimension internationale est elle aussi quasiment inexistante.

Si le taux de réussite à l'examen est bon (90 à 100 %), les chiffres portant sur le devenir des étudiants diplômés posent question. En effet, les taux de poursuite d'études sont particulièrement importants (27 % à 45 % selon les promotions). 25 % des diplômés de 2012 étaient en recherche d'emploi en janvier 2014. Le dossier d'autoévaluation indique plus largement que 40 à 55 % des diplômés trouvent un emploi après leur licence professionnelle. Au global, ces éléments témoignent d'une mauvaise insertion professionnelle pour une licence professionnelle.

L'équipe pédagogique a pris la décision depuis 2014 de baisser les effectifs pour être plus en cohérence avec les capacités d'absorption du marché du travail. Le dossier d'autoévaluation fait preuve de transparence sur les faiblesses de cette LP, ce qui permet d'identifier une réelle prise de conscience de ces faiblesses et une volonté d'amélioration.

Un autre axe de réflexion serait de préparer des étudiants à moins de métiers, mais bien plus en profondeur. Il serait donc utile de revoir l'objectif de cette licence pour resserrer la liste des métiers auxquels elle est supposée conduire. Cela permettrait d'améliorer l'insertion professionnelle des diplômés, actuellement particulièrement faible. Une plus grande ouverture à l'international semble également indispensable dans un domaine n'échappant évidemment pas aux contraintes et aux opportunités de la mondialisation

En conclusion, la plus grande faiblesse de cette LP vient du manque d'ouverture vers le monde professionnel (pilotage, enseignement), elle semble destinée à former des généralistes plus que des spécialistes, ce qui se traduit par de mauvais résultats en termes d'insertion professionnelle directe à la sortie du diplôme. L'ouverture à l'international est évoquée mais n'est pas mise en œuvre. Le dossier fait cependant preuve de transparence sur les difficultés de cette LP et permet d'identifier une prise de conscience et une volonté d'amélioration. Il sera très certainement nécessaire pour cela de revoir l'objectif de cette licence et de resserrer la liste des métiers auxquels elle est supposée former les étudiants.

Analyse

<p>Adéquation du cursus aux objectifs</p>	<p>Le programme de cette LP est très large, abordant le <i>e-commerce</i>, les réseaux sociaux, les logiciels de gestion de la relation clients, de retouche d'images etc. Ce programme semble dans un premier temps cohérent avec les métiers mis en avant sur la fiche RNCP : 25 métiers, faisant appel à des spécialisations, des connaissances ou compétences différentes. Mais la plupart des métiers évoqués ci-dessus font l'objet de parcours à part entière dans des formations de l'enseignement supérieur.</p> <p>Cette variété met donc en évidence un enseignement très généraliste. Les objectifs de la LP sont trop diversifiés, ce qui peut aboutir à ne pas transmettre aux étudiants suffisamment de compétences opérationnelles sur les outils des TIC qui sont au cœur de cette formation.</p>
<p>Environnement de la formation</p>	<p>Une centaine d'organisations soutiennent cette LP, ce sont concrètement des entreprises accueillant les étudiants. Cette licence est la seule à apporter une double compétence commerce /TIC sur la région, ce qui lui assure un avantage concurrentiel, même si dans son environnement existe des formations plus ou moins semblables proposées par des écoles privées.</p> <p>Quatre établissements en France proposent des licences comparables.</p>
<p>Equipe pédagogique</p>	<p>Seulement 25 % des heures d'enseignements (hors projet tutoré) sont assurées par des professionnels, ce qui est le seuil minimal et donc particulièrement faible dans le cas d'une LP.</p> <p>L'équipe ne comprend que 2 enseignants-chercheurs qui assurent un volume assez faible d'enseignement (54h), alors que l'évolution et les changements dans les domaines des TIC sont très rapides et nécessitent de l'anticipation et de la réactivité qui pourraient être favorisées par une plus forte implication d'enseignants-chercheurs.</p>
<p>Effectifs et résultats</p>	<p>Les effectifs passent de 46 en 2011 à 24 en 2014. Cette baisse semble être le fruit d'une volonté de l'équipe pédagogique d'adapter les effectifs à la demande du marché du travail.</p> <p>Le taux de réussite est bon (90 à 100 %), exception faite de l'année 2012/2013 où le recrutement des étudiants a été confié pour une partie d'entre eux au centre de formation d'apprentis (CFA), hors jury de sélection. Le nombre de candidats (en baisse sur la dernière année) est de 200 en moyenne, ce qui en fait une licence professionnelle assez sélective.</p> <p>Un effort positif est engagé pour développer davantage l'alternance (surtout l'apprentissage, ainsi que les contrats de professionnalisation).</p> <p>Les taux de poursuite d'études (enquête interne) sont particulièrement importants (45 % en 2013 et 27 % en 2014). On notera que trop d'anciens élèves (25 % des diplômés 2012) étaient en recherche d'emploi en janvier 2014.</p> <p>Au global, ces éléments montrent une trop faible insertion professionnelle pour une LP.</p>

Place de la recherche	<p>La formation ne privilégie pas la recherche et ne compte que deux enseignants-chercheurs au sein de l'équipe pédagogique. Pourtant, le domaine nécessiterait une anticipation et une prospective intéressantes pour les étudiants. Les pratiques et utilisations des TIC dans les métiers du commerce sont en évolution permanente.</p>
Place de la professionnalisation	<p>Le dossier évoque 18 « accords de collaboration », mais au regard des documents présentés, ceux-ci semblent concrètement être des accords pour accueillir des stagiaires. Le dossier d'autoévaluation ne permet pas de mettre en évidence une forte implication d'éventuels acteurs socioéconomiques (syndicats professionnels, organisations patronales, par exemple).</p> <p>Au-delà de ces nombreux partenariats professionnels, l'aspect professionnalisant (plus précisément du programme de formation) de cette licence souffre d'un enseignement trop généraliste, déjà évoqué pour les fiches RNCP et l'annexe descriptive au diplôme.</p> <p>La mise en pratique des outils TIC, tels que les sites web, les divers logiciels, l'infographie, apparaît insuffisante alors que les référentiels des emplois visés nécessitent une parfaite maîtrise de ces outils.</p>
Place des projets et stages	<p>Le stage a une bonne durée de 16 semaines pendant laquelle s'effectue un suivi classique entre professeur tuteur, maître de stage et étudiant.</p> <p>Une nouvelle grille d'évaluation du rapport de stage est évoquée, mais absente du dossier. Par conséquent, les critères d'évaluation pour les stages ne sont pas présentés.</p> <p>Concernant le projet, il est réalisé tout au long de l'année, favorisant ainsi une interaction intéressante entre les enseignements et des cas d'entreprise. Cependant, comme pour les stages, les critères d'évaluation ne sont ni présentés, ni analysés.</p>
Place de l'international	<p>Il n'y a pas d'ouverture à l'international, si ce n'est une récente volonté (en 2015) d'inciter les élèves à effectuer des stages à l'étranger (Suisse en particulier).</p> <p>L'enseignement des langues étrangères n'est pas valorisé, alors que certains cours pourraient se faire dans une langue étrangère et notamment en anglais.</p> <p>(uniquement 30 heures sont consacrées à l'anglais commercial).</p>
Recrutement, passerelles et dispositifs d'aide à la réussite	<p>Le dossier n'insiste à aucun moment sur ce point. Si le tableau des effectifs indique trois validations d'acquis de l'expérience ou professionnelle (VAE ou VAP) en moyenne, rien ne permet de distinguer si ces dispositifs ont permis d'accéder à cette LP ou de la valider.</p> <p>Les modalités de recrutement ne sont pas précisées. La LP accueille des bac+2 commerciaux et des étudiants de seconde année de licence (L2). Les candidats à l'apprentissage sont validés par un jury de recrutement dont on ne connaît pas les critères de sélection.</p>
Modalités d'enseignement et place du numérique	<p>Le numérique est la raison d'être de cette LP. Si les outils numériques sont bien enseignés, il semble que le <i>e-Learning (Moodle)</i> en soit encore au stade de la « réflexion » (2015) plus que de l'action.</p> <p>De la même manière, il est étonnant qu'un portefeuille numérique de compétences ne soit pas utilisé.</p> <p>On enseigne donc les TIC appliqués au commerce, sans appliquer les TIC à l'enseignement, ce qui paraît paradoxal.</p>
Evaluation des étudiants	<p>Les modalités d'évaluation des étudiants ne sont pas clairement définies, ce qu'évoque clairement le dossier d'autoévaluation : (« Des évaluations formatives ont sans doute lieu, mais seules les évaluations notées sont répertoriées par le responsable de formation »). Il manque une structuration et une organisation des évaluations effectuées par chaque enseignant afin de rationaliser les méthodes.</p> <p>Le fonctionnement des jurys d'examens n'apparaît pas dans le dossier.</p>

<p>Suivi de l'acquisition des compétences</p>	<p>Quatre membres de l'équipe pédagogique semblent se partager le suivi des stagiaires, ce qui a été identifié sur le dossier d'autoévaluation comme un point d'amélioration à mettre en œuvre.</p> <p>Le suivi d'acquisition des compétences en stage est à perfectionner (échelle d'évaluation de niveau de pratiques, grilles d'évaluation du rapport de stage encore en chantier).</p> <p>Un portefeuille de compétences (numérique ?) a été élaboré, mais absent du dossier (en projet ?).</p> <p>Concernant l'annexe descriptive au diplôme, les compétences ou capacités évaluées sont trop ambitieuses, le diplômé devrait être capable de « maîtriser les outils informatiques » nombreux, tels que les traitements de textes, plusieurs logiciels, le développement et l'animation de site web, l'infographie.</p>
<p>Suivi des diplômés</p>	<p>Le suivi des diplômés s'effectue par des enquêtes menées en interne ou par l'Université. Ces enquêtes ont permis d'identifier des axes de progrès, en particulier de développer la formation en alternance. En effet, l'insertion professionnelle est meilleure pour ceux qui ont suivi la formation en alternance : 78 % pour la promotion 2012 et entre 45 et 55 % en général pour les diplômés de la LP.</p>
<p>Conseil de perfectionnement et procédures d'autoévaluation</p>	<p>Le conseil de perfectionnement se réunit une fois par an. Le compte rendu 2014 se limite à 11 lignes hors liste des présents/absents et « ordre du jour », on peut y lire que globalement, tout va bien, ce qui n'est pas satisfaisant vu les faibles niveaux d'insertion.</p> <p>Des enquêtes EVAMAINE sont réalisées chaque année auprès des étudiants, permettant ainsi de connaître leur avis et assurent une autoévaluation de la formation. Ces enquêtes contribuent à faire évoluer la LP.</p> <p>Par contre, les résultats de l'enquête EVAMAINE ne sont pas analysés dans le dossier.</p>

Observations de l'établissement

Observations

Intitulé de la formation : **LP Technologies de l'Information et de la Communication Appliquées au Marketing et au Commerce (LP TIC@MaCo)**

L'équipe du département ne comporte qu'un seul enseignant-chercheur, ce qui explique leur faible pourcentage d'intervention.

La principale faiblesse relevée dans le rapport d'évaluation du HCERES, à savoir la faible insertion professionnelle liée à un contenu trop généraliste, avait été travaillée lors du conseil de perfectionnement du 1^{er} mars 2016 (postérieur à la rédaction du dossier) : le contenu de la formation a été recentré sur le métier de E-marketeur, avec une part accrue d'interventions de professionnels.

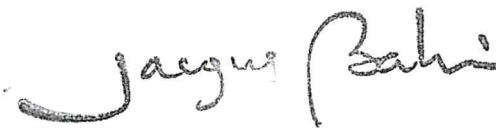
Les résultats des enquêtes Evamaine (évaluation des enseignements par les étudiants) 2013, 2014 et 2015 ont bien été joints au dossier remonté au 15 octobre 2015, contrairement à leur absence évoquée dans le rapport.

Je soussigné Jacques Bahi, Président de l'UFC, atteste avoir pris connaissance des remarques formulées par le responsable de la formation.

Fait à Besançon, le 27/06/2016



Le Président,

A handwritten signature in blue ink that reads 'Jacques Bahi'.

Jacques Bahi