



Master Développement commercial et international

Rapport Hcéres

► **To cite this version:**

Rapport d'évaluation d'un master. Master Développement commercial et international. 2015, Université Savoie Mont Blanc. hceres-02041114

HAL Id: hceres-02041114

<https://hal-hceres.archives-ouvertes.fr/hceres-02041114>

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

Master Développement commercial et international

- 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) : /

Le master *Développement commercial et international* (DCI) représente une offre de formation à Bac+5 de l'Université Savoie Mont Blanc à destination d'étudiants souhaitant occuper des postes de cadres supérieurs et/ou ingénieurs dans des secteurs en management devenus essentiels aujourd'hui : les achats, le management de la supply-chain, le marketing ou les activités commerciales au sens large, avec une aptitude à exercer ces postes dans un contexte de production, commercialisation, acheminement de matières premières, biens et/ou services devenu fortement internationalisé.

Le master DCI comporte deux spécialités différenciées, l'une basée sur le site de Chambéry (spécialité *Achats et logistique à l'international*, ALI), l'autre sur le site d'Annecy (spécialité *Marketing - Vente*, MV) ; les enseignements du parcours *European master of business studies* (EMBS) de la spécialité MV se déroulent au sein de l'une des universités partenaires dans le cadre d'un parcours entièrement international et ce, dès le M1. Chacune des spécialités de master se décline donc en plusieurs parcours possibles : la spécialité ALI propose trois parcours : un parcours en formation initiale, un parcours possible en apprentissage et un parcours entièrement délocalisé à Casablanca ; la spécialité MV quant à elle comporte trois parcours : *Commerce responsable à l'international* (CRI) ; *Marketing et développement durable* (en formation initiale ou en alternance) et le parcours EMBS dont la localisation des enseignements pour ce dernier parcours est internationale et multi-sites : France, Italie, Allemagne et Espagne.

Fonctionnant avec deux établissements partenaires, Formasup Pays de Savoie en ce qui concerne les formations en apprentissage, et l'organisme de formation Mundiapolis au Maroc pour le parcours ALI délocalisé au Maroc. Le master (M1 + M2) a accueilli au total 247 étudiants pour l'année 2013/2014.

Avis du comité d'experts

Le master DCI forme des collaborateurs aptes à intervenir en amont (achat et logistique) ou en aval (marketing et vente) de processus de management de flux de matières premières ou produits finis mondialisés. L'exhaustivité des champs des deux spécialités du master lui permet de couvrir de nombreuses compétences requises au sein de ces chaînes de valeurs tournées vers l'international.

Forte d'une progression notable en matière d'acquisition de connaissances et compétences entre le M1 et le M2, la maquette du master DCI est construite de manière cohérente et met bien l'accent sur les compétences à acquérir. Le M1 se veut en effet plus généraliste et constitue un socle commun d'enseignements fondamentaux avec néanmoins 10 % de cours de spécialité permettant une orientation vers les spécialités de M2. En M2, les enseignements fondamentaux de management se poursuivent mais deviennent minoritaires, priorité étant donnée aux enseignements de spécialité qui correspondent parfaitement bien aux débouchés professionnels du master.

Le master DCI s'intègre parfaitement bien que ce soit au sein de son établissement ou dans son bassin d'emploi local. La mention DCI qui trouve sa place au côté de cinq autres mentions dans l'offre de formation de l'IAE de Savoie Mont Blanc a depuis longtemps noué un partenariat privilégié avec le club des entreprises de l'Université de Savoie (plus de 60 entreprises adhérentes particulièrement tournées vers l'international). Ce club, récompensé en mars 2013 par le prix AEF « Insertion-Formation », propose plusieurs formes d'interaction avec la formation : interventions dans la formation par le forum « Semaine de l'entreprise », proposition de stages ou contrats d'apprentissage, participation au conseil de perfectionnement de l'IAE de Savoie Mont Blanc.

D'autres formations assez similaires sont toutefois proposées dans un périmètre géographique relativement proche. C'est le cas de deux masters portés par l'IAE de Grenoble (master DESMA et master *Management de la chaîne logistique*) ainsi qu'à l'IAE de Lyon.

Les porteurs du master DCI tentent de justifier la différenciation de l'offre de masters de l'IAE de Mont Blanc de celle du master DESMA de l'IAE de Grenoble, notamment par la taille de la structure intégrée par les diplômés à l'issue de la formation. Ainsi, le master DCI spécialité ALI qui fait la synthèse des deux spécialités de celles proposées par les masters de l'IAE de Grenoble en rassemblant *Achats* et *Logistique*, serait plus spécifiquement tourné vers les PME, PMI ou ETI.

Pour ce qui est de la spécialité *Marketing - Vente*, la différenciation vis-à-vis des autres spécialités de masters présents dans l'environnement géographique proche, est beaucoup plus nette et justifie la proposition de cette offre originale et complémentaire. La spécialité *Marketing - Vente* a intégré une spécificité conforme à l'évolution des pratiques managériales nationales et internationales les plus récentes : l'aspect « développement durable », que ce soit par ses enseignements et par son adossement à des axes de recherches du laboratoire IREGÉ dans le domaine ; la spécialité a en outre développé un parcours spécifiquement orienté vers l'international en partenariat avec trois universités étrangères. Ce parcours EMBS permet aux étudiants de suivre l'intégralité du programme en anglais.

La double localisation du master (site de Chambéry et site d'Annecy) a obligé les équipes à mettre en place deux types de gouvernance : une gouvernance globale (harmonisation biannuelle) et locale (réunions mensuelles des équipes pédagogiques locales) et ce, afin d'assurer une bonne harmonisation des pratiques. En outre, les deux spécialités avec leurs parcours associés dont des parcours délocalisés a conduit à mettre en place une équipe pédagogique conséquente composée d'enseignants, d'enseignants-chercheurs et de nombreux professionnels. 16 membres permanents assumant une responsabilité administrative confèrent une certaine stabilité au pilotage de cette mention de master. Celui des spécialités, confié à des enseignants-chercheurs de l'IREGÉ ainsi que la réalisation obligatoire d'un mémoire de master confère à la mention le statut de formation « à » et « par » la recherche, de nombreux membres du laboratoire intervenant en outre dans les modules d'enseignements des différents parcours du master. La professionnalisation du master est légitimée par l'intégration au sein du corps professoral de nombreux intervenants professionnels.

Éléments spécifiques de la mention

Place de la recherche	L'adossement du master à la recherche s'est amélioré depuis la dernière vague d'évaluation avec notamment une exigence méthodologique accrue sur le mémoire de M1 (cours de méthodologie). En M2, l'« ancrage recherche » s'apprécie au regard des différents parcours du master directement reliés aux deux thématiques centrales du laboratoire de recherche IREGÉ : Innovation et Développement des Organisations (IDO) et Environnement, Consommation Durable, Tourisme (ECDT). Dès le M1, les étudiants sont initiés à la recherche par la réalisation d'un mémoire.
Place de la professionnalisation	Elle se situe au cœur des préoccupations des responsables de la mention et des spécialités puisque 50 % des enseignements sont réalisés par des professionnels.
Place des projets et stages	Les projets et stages occupent une place privilégiée dans tous les parcours des deux spécialités du master. En addition, en M1, au 2 nd semestre est mis en place un « projet consultant » en lien avec les besoins d'une entreprise partenaire du projet.
Place de l'international	Ce master octroie une place importante à l'international et ce, sous plusieurs formes possibles : possibilité de passer un semestre complet à l'étranger dans l'une des 38 universités partenaires, possibilité de suivre les cours d'un semestre complet en anglais (120 heures), les enseignements étant dispensés par des enseignants venus de différents pays européens (sept enseignants étrangers pour le site de Chambéry ; 16 pour le site d'Annecy), existence d'un séminaire international commun aux étudiants de la spécialité ALI et ceux du parcours CRI de la spécialité MV, un parcours complet mis en place (parcours EMBS) dont les enseignements sont dispensés soit totalement en anglais, soit dans la langue du partenaire européen concerné (italien, espagnol ou allemand) conférant à ce parcours une place privilégiée au sein du classement des meilleures formations au commerce international (2 ^{ème} place).
Recrutement, passerelles et dispositifs d'aide à la réussite	Le recrutement au sein du master s'effectue pour 80 % au sein d'une L3 de l'IAE de Savoie Mont Blanc. Un recrutement externe est toutefois possible. L'IAE a en outre prévu deux types de passerelles possibles à l'intérieur de cette mention de master : des passerelles vers les autres parcours de masters professionnels de l'IAE mais aussi vers des parcours entièrement dédiés à la recherche.

Modalités d'enseignement et place du numérique	Les modalités d'enseignement sont variées au sein du master puisque certains parcours se suivent en formation initiale, d'autres en alternance, d'autres à l'étranger. Le master DCI est très soucieux du niveau d'anglais des étudiants en étant centre d'examen du TOEIC. Il dispose d'une plateforme numérique de communication et de liaison pédagogique de type « moodle ».
Evaluation des étudiants	Le diplôme de master bénéficie d'un règlement de contrôle des connaissances exigeant (existence d'une note éliminatoire de 6/20, validation obligatoire de chaque semestre - pas de compensation-, etc.).
Suivi de l'acquisition des compétences	Le suivi de l'acquisition des compétences est difficile à évaluer au vu de la faible quantité d'informations disponibles dans l'annexe descriptive au diplôme et prévue à cet effet.
Suivi des diplômés	L'observatoire de la vie étudiante de l'Université de Savoie effectue des enquêtes à six mois et 30 mois après obtention du diplôme et permet ainsi une bonne connaissance du devenir des diplômés du master.
Conseil de perfectionnement et procédures d'autoévaluation	Le conseil de perfectionnement, présidé par un élu du club des entreprises et dont les statuts sont précisés au sein de ceux de l'IAE de Savoie Mont Blanc est composé de 12 membres (enseignants, enseignants-chercheurs, représentants du tissu socio-économique local et régional, ...). Des procédures d'autoévaluation sont prévues : les étudiants réalisent une évaluation des enseignements sur plusieurs items (structure de la formation, lien théorie/pratique, atteinte des objectifs, qualité de l'enseignement dispensé, etc.). Cette autoévaluation s'effectue par questionnaire (de manière numérique ou en version papier), les données collectées étant ensuite traitées et restituées par le logiciel « Evasys ».

Synthèse de l'évaluation de la formation

Points forts :

- Un très bon taux d'insertion des diplômés à 30 mois (variant de 76 % à 96 %).
- L'adossement à la recherche a été renforcé depuis la dernière vague d'évaluation et en particulier, pour la spécialité *Achats et logistique à l'international* (intégration d'un professeur reconnu dans la spécialité des *Achats*, développement d'un programme de recherche européen « PEAK », (« Purchasing European Alliance for Knowledge ») spécialisé dans les achats, ...).
- Le master DCI est géré avec rigueur et sérieux par une équipe conséquente (qualitativement et quantitativement).
- Les deux spécialités du master DCI couvrent des compétences majeures en termes de management des chaînes de valeurs commerciales et de « supply chain ».
- Une très bonne intégration du master au sein de son tissu socio-économique local.
- Une forte ouverture à l'international que ce soit par la mise en place de semestre à l'étranger dès le M1 ou de parcours dans leur globalité à l'étranger (parcours EMBS (M1+M2) et parcours ALI (M2) délocalisé).

Points faibles :

- Une différenciation encore insuffisante entre l'offre du master DCI de l'USMB de celles de l'IAE de Grenoble et de l'IAE de Lyon, en particulier sur la spécialité ALI du master.
- Le dossier ne donne aucune précision sur la nature des postes occupés en entreprise par les intervenants professionnels issus du secteur économique.
- Le dossier ne mentionne pas la provenance des étudiants qui intègrent le M1.

- Il n'existe pas de dispositifs de mise à niveau pour les étudiants provenant de licences ou licences professionnelles.
- La baisse sensible des effectifs de la spécialité *Marketing - Vente* n'est pas expliquée.

Conclusions :

Un saut qualitatif notable quant à l'adossement de ce master à la recherche par rapport à la vague d'expertise précédente et ce, pour les deux spécialités du master. Pour assurer la pérennité vers l'excellence, une réflexion pourrait être menée quant au pilotage des parcours de M2 par des enseignants-chercheurs. La différenciation de la spécialité ALI par rapport à l'offre de formation régionale mérite d'être en outre poursuivie. Par exemple, compte tenu du positionnement résolument international de la spécialité ALI et du fait que la région Rhône-Alpes représente la 2^{ème} région exportatrice de France après l'Ile-de-France, la spécialité gagnerait à intégrer une dimension internationale plus importante (que la délocalisation du parcours à Casablanca ne saurait à elle seule représenter). Ainsi, des enseignements spécifiquement en anglais et/ou un semestre à l'étranger pourraient être proposés à l'instar de ce qui existe au sein du parcours EMBS de la spécialité *Marketing - Vente* du master. En outre, il semblerait pertinent compte tenu des débouchés du master de développer la formation continue ainsi que des dispositifs de VAE au sein de la formation.

Éléments spécifiques des spécialités

Achats et logistique à l'international (ALI)

Place de la recherche	L'ancrage « recherche » de cette spécialité a été grandement favorisé par l'arrivée en 2011 d'un professeur reconnu dans la spécialité des achats et qui dirige la spécialité. Depuis cette date, plusieurs recherches et programmes ont été impulsés et associent plusieurs enseignants-chercheurs du laboratoire IREGÉ et intervenant au sein du master. Le master est en outre associé à un master recherche dans le cadre d'un programme de recherche commun intitulé « PEAK », et piloté par le responsable de la mention DCI du master, également responsable de la spécialité ALI.
Place de la professionnalisation	Les objectifs du master sont en totale adéquation avec les compétences professionnelles recherchées. Le club des entreprises de Savoie collabore avec les responsables de formation et met à disposition des offres émanant du bassin savoyard, haut savoyard et genevois.
Place des projets et stages	Le master fait une place importante aux projets et stages puisqu'en formation initiale, un stage de six mois est prévu ; au sein du parcours en apprentissage, c'est une période d'alternance en entreprise d'une année qui est exigée. En addition, des jeux d'entreprise, conférences, séminaires à l'étranger ainsi qu'un projet de diagnostic d'entreprise existent au sein des différents parcours. Sur les trois dernières années, il est à noter que 25 % des stages environ se sont déroulés à l'étranger.
Place de l'international	Dès le M1, un séminaire en anglais est prévu, les étudiants devant organiser ce séminaire à l'étranger. Un parcours de la spécialité ALI est entièrement délocalisé à Casablanca en partenariat avec l'organisme de formation Mundiapolis. 15 étudiants marocains ont pu intégrer le parcours délocalisé de la spécialité ALI du master. Il est à noter que l'équipe pédagogique de l'IAE de Savoie Mont Blanc assure 90 heures d'enseignements sur place, ce qui au vu du tableau du dossier représente environ 90/470, soit 20 % des enseignements en équivalent TD et 90/314 soit environ 29 % des enseignements en base CM.
Recrutement, passerelles et dispositifs d'aide à la réussite	Les modalités de recrutement sont classiques pour la spécialité ALI. Pour le parcours délocalisé, le recrutement est plutôt restreint mais avec une progression notable au cours des trois dernières années.
Modalités d'enseignement et place du numérique	Il est proposé aux étudiants de la spécialité ALI de passer la certification « APICS » : Basics of Supply Chain Management avec 50 heures de formation hors maquette offertes aux étudiants qui le souhaitent. 11 étudiants d'ALI ont passé le Basics en 2014 avec un taux de réussite de 70 %.

Evaluation des étudiants	Les modalités de contrôle des connaissances de la spécialité sont classiques. L'admission au master ALI délocalisé à Casablanca est confiée à l'IAE qui organise le jury de diplôme final en appliquant les règlements communs aux différents masters de l'IAE.
Suivi de l'acquisition des compétences	Rien n'est spécifique à la spécialité ALI (cf. « suivi de l'acquisition des compétences » pour la mention).
Suivi des diplômés	Rien n'est spécifique à la spécialité ALI (cf. « suivi des diplômés » pour la mention).
Conseil de perfectionnement et procédures d'autoévaluation	Rien n'est spécifique à la spécialité ALI (cf. « conseil de perfectionnement et procédures d'autoévaluation » pour la mention).

Marketing - Vente (MV)

Place de la recherche	La spécialité <i>Marketing - Vente</i> du master possède un adossement fort à la recherche compte tenu de la reconnaissance des enseignants-chercheurs de l'équipe de l'IREGE autour des problématiques de la consommation responsable, du marketing éthique, de la responsabilité sociale d'entreprise, etc. Des partenariats de recherche avec l'ADEME ont notamment été noués permettant ainsi aux étudiants qui suivent le parcours MDD de bénéficier des résultats de travaux scientifiques les plus récents dans le domaine.
Place de la professionnalisation	La place occupée par la professionnalisation et les objectifs de la spécialité sont en adéquation avec les compétences professionnelles recherchées.
Place des projets et stages	Que le parcours s'effectue en formation initiale ou en alternance (cas du parcours MDD), l'intégration en entreprise occupe une place importante au sein de cette spécialité avec notamment six mois de stage obligatoire dans certains parcours, un projet consultant traitant d'une problématique managériale actuelle à mener dès le M1, un jeu d'entreprise (SIMGEST) mais aussi un master THESIS au sein de l'un des parcours (EMBS) ou un mémoire à réaliser.
Place de l'international	La place de l'international est particulièrement forte au sein de cette spécialité avec l'existence d'un parcours entier dédié l'international (parcours EMBS) et la possibilité d'un semestre à l'étranger dès le M1.
Recrutement, passerelles et dispositifs d'aide à la réussite	Des passerelles ont été mises en place à l'intérieur de la mention. Le niveau d'exigence à l'entrée du parcours EMBS est particulièrement élevé puisqu'un niveau de langue anglaise « B2 » est requis et doit en outre être attesté. La proportion au sein du parcours EMBS d'étudiants étrangers est de ce fait très élevée (82 %).
Modalités d'enseignement et place du numérique	Les modalités d'enseignement sont assez variées : formation initiale, alternance. Il est néanmoins à déplorer, à l'instar de la mention dans son ensemble, de l'impossibilité d'intégrer le master dans le cadre de la formation continue.
Evaluation des étudiants	Pour ce qui est du parcours EMBS, l'attractivité est renforcée par les conditions de délivrance du diplôme puisque les étudiants reçoivent un quadruple diplôme de master, valable dans les quatre universités des quatre pays européens partenaires.
Suivi de l'acquisition des compétences	Rien n'est spécifique à la spécialité MV (cf. « suivi de l'acquisition des compétences » pour la mention).
Suivi des diplômés	Rien n'est spécifique à la spécialité MV (cf. « suivi de l'acquisition des compétences » pour la mention).
Conseil de perfectionnement et procédures d'autoévaluation	Rien n'est spécifique à la spécialité MV (cf. « suivi de l'acquisition des compétences » pour la mention).

Observations de l'établissement



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/ 224
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-S3MA160010633-
010558-RT- Master DEVELOPPEMENT COMMERCIAL ET
INTERNATIONAL

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