

DOCUMENTS D'ÉVALUATION ET D'ACCREDITATION

**Licence Communication publicitaire &
Marketing**

Faculté d'Information

Université Libanaise

LIBAN

Juillet 2020

Rapport publié le 03/01/2021

SOMMAIRE

Rapport d'évaluation	pages 3 à 13
Observations de l'établissement	pages 14
Décision d'accréditation	pages suivantes

RAPPORT D'ÉVALUATION

Licence en Communication publicitaire & Marketing
Licence en Relations Publiques et Communication des organisations
Master en Relations publiques et Communication des Organisations

Université Libanaise
Faculté d'Information

Décembre 2019

L'Université Libanaise a demandé l'évaluation de formations de la Faculté d'information par le Hcéres. Le référentiel d'évaluation utilisé est le référentiel spécifique d'évaluation externe des formations à l'étranger, adopté par le Conseil du Hcéres le 4 octobre 2016. Il est disponible sur le site internet du Hcéres www.hceres.fr.

Pour le Hcéres¹ :

Nelly Dupin, Présidente par
intérim

Au nom du comité d'experts² :

Manuel Royo, président du comité

En vertu du décret n°2014-1365 du 14 novembre 2014

¹ Le président du Hcéres "contresigne les rapports d'évaluation établis par les comités d'experts et signés par leur président." (Article 8, alinéa 5)

² Les rapports d'évaluation "sont signés par le président du comité". (Article 11, alinéa 2)

SOMMAIRE

I.	FICHE D'IDENTITÉ DE LA FORMATION	3
II.	DESCRIPTION DE LA VISITE SUR SITE	6
III.	PRÉSENTATION DE LA FORMATION.....	7
IV.	SYNTHÈSE DE L'ÉVALUATION	8
	1 - Finalité de la formation	8
	2 - Positionnement de la formation.....	8
	3 - Organisation pédagogique de la formation.....	9
	4 - Pilotage de la formation.....	9
V.	CONCLUSION	11
	Points Forts	11
	Points faibles.....	12
	Recommandations globales.....	12
	Recommandations pour le département	12
	Recommandations pour le cursus de Licence	12
	Recommandations pour le cursus de Master	13
V.	OBSERVATIONS DE L'ÉTABLISSEMENT	14

I. FICHE D'IDENTITÉ DE LA FORMATION

Université/établissement : Université Libanaise (UL)

Composante, faculté ou département concerné : Faculté d'Information - Département des Relations Publiques et de la Publicité

Ce département assure les formations suivantes :

- Licence en Communication publicitaire & Marketing
- Licence en Relations Publiques et Communication des organisations
- M1 en Communication des Organisations
- Masters 2 professionnels spécialisés :
 - Communication des organisations
 - Communication numérique

Créée en 1975, la Faculté d'Information (FI), nommée initialement Faculté d'Information et de Documentation (FID) héritière de l'Institut de Presse (1967), demeure l'institution universitaire publique pionnière en matière de formation aux métiers du journalisme et de la Documentation. Depuis sa création, l'institution rayonne dans les domaines du journalisme et des sciences de l'information, et c'est avec l'évolution des technologies et des métiers de la communication et du numérique qu'elle a redéployé son offre avec la création de cursus notamment en marketing, en relations publiques, presse numérique et science des données. La Faculté d'Information s'inscrit aujourd'hui dans un contexte national marqué par l'existence de nombreuses universités privées qui interviennent sur les mêmes champs de formation. La place de la Faculté doit donc être repensée à la lumière d'un contexte marqué d'une part par une forte concurrence et d'autre part par une situation économique et sociale en crise depuis plusieurs mois.

Lieu(x) où la formation est dispensée : Beyrouth.

L'offre de formation de la Faculté d'Information en licence est concentrée sur deux sites de la capitale libanaise. La formation (essentiellement en licence) a lieu à Beyrouth, elle est répartie sur deux sites, section 1 et section 2, en raison de la partition communautaire historique qui organise la société libanaise depuis 1976. Après de nombreux déménagements, actuellement les enseignements de la section 1 se tiennent principalement Place du Palais de l'Unesco (partie Ouest, majoritairement musulmane) et ceux de la section 2 à Sed Al Bauchriyeh, à l'Est (communautés chrétiennes).

Chaque section comporte des effectifs différents, mais l'architecture de formation est commune à l'ensemble des diplômes et les objectifs pédagogiques sont semblables, de même que les moyens et ressources alloués. L'équilibre entre les sections est sous la responsabilité du Doyen de la Faculté d'Information.

RESPONSABLES DES FORMATIONS

- Doyen de la Faculté d'Information : Professeur Georges Sadaka
- Pour la section 1, le Chef du Département est le Dr. Habib Rammal
- Pour la section 2, le Chef du Département est le Dr Marie Noel El Khoury

RÉSULTATS DES ACCRÉDITATIONS ANTÉRIEURES ET SYSTEME QUALITÉ MIS EN PLACE

L'évaluation des diplômes de la Faculté d'Information est la première évaluation menée par le HCERES.

Le Recteur a formulé une demande d'évaluation institutionnelle pour l'Université Libanaise.

En application de la convention relative à l'évaluation et à l'accréditation des formations signée le 25 février 2019, entre l'UL et le HCERES, une évaluation externe a été prévue pour la Faculté d'Information, concernant

les programmes de Licence et de Master (Master Recherche et Master Professionnel) dans les départements suivants : journalisme et sciences des médias, relations publiques et publicité et gestion de l'information.

Mise en œuvre en 2018, la procédure d'accréditation a produit un premier rapport d'évaluation pour l'Université Libanaise dispensant des recommandations à l'échelle de l'université. Parmi ces recommandations, il est mentionné notamment « l'extension d'un processus d'assurance qualité à l'ensemble des composantes et des services administratifs », « l'élaboration d'un schéma directeur couvrant les systèmes d'information et visant à leur intégration au niveau institutionnel avec l'objectif de disposer d'outils de pilotage et d'aide à la décision ».

MOYENS HUMAINS ET MATÉRIELS MIS À DISPOSITION DE LA FORMATION

Au sein des formations de la Faculté d'Information, le nombre d'intervenants, tous statuts professionnels confondus, s'élève à 197. La faculté compte 78 enseignants contractuels et 57 enseignants cadrés (= titulaires) ou à temps plein (= en attente de titularisation) dont 30, plus de la moitié, sont issus d'une formation en Sciences de l'information et de la communication et 27 d'autres disciplines. La parité est globalement atteinte, en dépit d'un léger déséquilibre puisque sur les 197 intervenants, 90 sont des femmes.

Concernant les moyens matériels, le rapport d'auto-évaluation fait état d'une absence d'investissement de la part de l'Etat pour la construction et l'entretien des locaux souvent mal équipés.

Chaque section possède une bibliothèque. La visite de la bibliothèque de la section 2 a permis au comité de constater un important engagement et travail personnel de la part des bibliothécaires et des équipes enseignantes afin de contribuer à son développement malgré des horaires d'ouverture limités. Le fonds comprend actuellement 8500 ouvrages uniquement papier (en langue arabe, française et anglaise). Les fluctuations budgétaires, à la baisse ces dernières années, ne permettent pas de consolider une véritable politique d'acquisition de nouveaux ouvrages accompagnant les diplômes nouvellement mis en place, ni de se doter d'un fonds numérique. Les enseignants pallient le défaut de ressources bibliographiques communes en achetant eux-mêmes les ouvrages nécessaires. De même, ils transmettent parfois leurs propres identifiants pour permettre ponctuellement aux étudiants de consulter certaines bases de données ou revues en lignes non accessibles à la bibliothèque universitaire.

Les 3 salles informatiques, pour la section 2, toujours en raison des mêmes aléas budgétaires, semblent subir des restrictions importantes de connexion Internet connaissent des difficultés pour accéder à l'Internet en continu. Le personnel administratif parvient cependant à maintenir l'équilibre du travail connecté avec une planification adaptée des plages horaires et des différentes salles.

Les ressources matérielles disponibles sont sensiblement les mêmes dans les deux sections.

EFFECTIFS ÉTUDIANTS ET LEUR TYPOLOGIE SUR LES 4 DERNIÈRES ANNÉES

Tableau de l'évolution des effectifs étudiants de la Faculté d'Information.
Chiffres globaux non détaillés du fait des variations des différents documents transmis.

Section I		2014-2015		2015-2016		2016-2017		2017-2018		2018-2019	
		Licence	M1	Licence	M1	Licence	M1	Licence	M1	Licence	M1
	Étudiants inscrits	745	103	725	123	743	153	671	108	738	104
	Diplômés	161		165		167		156		162	

Section II		2014-2015		2015-2016		2016-2017		2017-2018		2018-2019	
		Licence	M1	Licence	M1	Licence	M1	Licence	M1	Licence	M1
	Étudiants inscrits	570	57	503	65	452	88	385	73	388	61
	Diplômés	129		127		129		113		99	

*Licence : Premier cycle

*M1 : Deuxième cycle

Une relative stabilité globale des effectifs peut être soulignée mais aussi un écart entre les sections 1 et 2, la section 2 voyant son effectif décroître au fil des ans, principalement au niveau de la licence, les effectifs de master 1 se maintenant pour leur part.

Dans le département Relations Publiques et Publicité, les effectifs d'étudiants en section 1 et section 2 sont quasiment identiques (en master 1 par exemple, sur 55 étudiants 29 sont en section 1, 26 en section 2). En revanche, les déséquilibres de genre existent, marqués par une forte présence féminine à l'image de nombre de formations dans ce domaine dans différents pays.

Il convient de noter le faible taux de diplômés aux deux niveaux Licence et Master vraisemblablement lié à l'activité salariée de la majorité des étudiants qui mènent une scolarité plus longue ou plus fréquemment stoppée.

II. DESCRIPTION DE LA VISITE SUR SITE

COMPOSITION DU COMITÉ D'EXPERTS

Président : M. Manuel Royo, Professeur des Universités, Université François Rabelais-Tours

Experts :

- Mme Nicole d'Almeida, Professeure des Universités, CELSA, Sorbonne Université
- Mme Marie-France Chambat-Houillon, Maîtresse de conférences HDR, Université Sorbonne-Nouvelle
- Mme Martine Vila, Maîtresse de conférences, Université de Lyon – Faculté des Lettres et Civilisations Lyon 3
- M. Adrian Foucher, expert étudiant, Université François Rabelais-Tours.

Le HCERES était représenté par Mme Anne Vial Logeay, Conseillère scientifique.

DESCRIPTION DE LA VISITE SUR SITE

Initialement la visite était prévue à la mi-novembre, mais elle a été reportée en raison du contexte socio-politique du pays.

- Date de la visite : du 15 au 19 décembre 2019.
- Résumé du déroulement : la visite s'est déroulée pendant 4 jours sur trois lieux différents (au Décanat Tayouneh, à Jdeideh, bâtiment de la section 2 de la Faculté d'Information et au Rectorat, à Beyrouth.) Compte tenu des délais impartis, il n'a pas été possible de se déplacer sur le site de la section 1.
- Le premier jour, au Décanat Tayouneh, les membres du comité ont rencontré respectivement le Doyen et l'équipe des enseignants responsables du dossier d'accréditation, un panel représentatif de l'équipe pédagogique et des responsables de formations, ainsi que les Directeurs des deux sections de la Faculté d'Information. Cette première journée a été complétée par des échanges avec des partenaires extérieurs des formations, qu'ils soient institutionnels et privés (médias, professionnels de l'Information et de la Documentation et entreprises de communications libanaises), sans oublier une rencontre avec les *alumni* des trois départements de la Faculté d'Information. Un échange avec le directeur de l'école publique de journalisme de Tours, signataire d'une convention de coopération internationale avec le département journalisme a pu avoir lieu à distance.
- Lors des deuxième et troisième journées, les rencontres avec les différentes équipes pédagogiques des trois départements et leurs étudiants (licence et master) se sont déroulées sur le site de la section 2 de la Faculté d'Information. Les membres du comité ont pu également discuter avec le personnel administratif présent sur ce site. Ils ont visité les locaux et les ressources (bibliothèque, salles « informatique », studio de TV) destinés aux étudiants.
- La quatrième journée s'est tenue au Rectorat. Les experts ont rencontré à nouveau les Doyens respectivement de la FSHS et de la FI, ainsi que le Recteur de l'Université Libanaise.
- Compte tenu des nombreux lieux visités, le comité a grandement apprécié la qualité de l'organisation et la disponibilité de tous les responsables pédagogiques et administratifs. Il veut particulièrement saluer la grande implication personnelle pendant cette visite de Mme Nisrine Zammar lors de ses déplacements.
- Personnes rencontrées : enseignants, responsables administratifs (fonctionnaires), partenaires institutionnels et privés, *alumni* et étudiants en formation.

III. PRÉSENTATION DE LA FORMATION

Le département Relations Publiques et Publicité propose deux licences, un master 1 (première année de master)généraliste intitulé Communication des Organisations lequel s'articule ensuite sur deux masters 2 (seconde année de master) plus spécialisés. Ce département est né d'un souci de diversification de la Faculté initialement positionnée sur le créneau du journalisme, répondant à l'émergence de pratiques de communication de type publicitaire et relationnel développées à l'interface des sociétés et des marchés. La finalité des formations offertes par ce département s'inscrit délibérément dans une perspective de développement de la société libanaise et de ses acteurs publics, économiques et culturels. L'utilité sociale et citoyenne de ce champ de formation est régulièrement évoquée dans les documents remis au comité d'experts et dans les propos recueillis lors de sa visite.

Dans un contexte de formations devenu fortement concurrentiel (plusieurs autres universités libanaises s'étant positionnées sur ce champ des métiers de la communication), l'UL et son département Relations Publiques et Publicité développent un positionnement spécifique marqué par la conjugaison d'exigences académiques et professionnelles fortes. Des partenariats sont menés avec des acteurs et organisations qui concourent à la formation des étudiants par des enseignements professionnalisants, par l'accueil de stagiaires et autres formes de tutorat ou travaux tutorés. Dans ce département, les partenariats institutionnels et scientifiques avec des universités étrangères ne sont pas encore très développés mais ce sont des objectifs déclarés que des enseignants pour certains diplômés d'universités européennes ou anglosaxonnes conduisent ce qu'ils devraient faire avec succès étant donnée la continuité des liens établis avec les universités françaises où ils ont obtenu leur diplôme (Rennes, Marseille par exemples).

Dans ce département, les effectifs d'étudiants en section 1 et section 2 sont quasiment identiques (en master 1 par exemple, sur 55 étudiants 29 sont en section 1, 26 en section 2).

L'adoption du format européen de LMD (Licence, Master, Doctorat) en 2017 assure une parfaite lisibilité de la formation. Ici, comme dans les autres départements de la Faculté d'Information, l'entrée en Licence 1 est subordonnée à la réussite d'un concours composé de trois épreuves (analyse de texte en langue arabe, analyse de texte en langue étrangère, épreuve de culture générale spécialisée). Les trois années de Licence constituent un socle à partir duquel une spécialisation ou un approfondissement sont envisageables. Le travail de fin d'études de Licence constitue le pivot entre l'un (licence) puis l'autre niveau (master).

La Licence compte 6 semestres de 12 semaines. Un semestre représente environ 300/310 heures d'enseignements et s'organise autour de 8 cours qui se répartissent en trois grandes familles : les cours portant sur les fondamentaux des sciences de l'information et de la communication (SIC), les cours de langue (arabe, français et anglais) et d'informatique, et les cours de culture générale. La possibilité de choisir un cours optionnel parmi ceux proposés par les autres départements de la Faculté d'Information témoigne d'un décloisonnement de la formation aux autres domaines de la communication et à l'interdisciplinarité. Chaque étudiant a la possibilité de suivre un cursus arabe/français ou un cursus arabe/anglais. En moyenne 50 à 60 % des cours sont dispensés en langue étrangère (soit français, soit anglais). Un volume de travail personnel d'environ deux heures par semaine est prévu par étudiant à ce niveau. Après un tronc commun en Licence 1 et 2, une spécialisation des enseignements se met en place en Licence 3, conjuguée à une ouverture sur le monde professionnel grâce au stage et au projet de fin d'étude, conformément aux objectifs de professionnalisation communs aux deux licences. Chaque année, deux examens sanctionnent les connaissances avec un partiel à mi-semestre et un examen terminal. Le stage de fin d'étude accompagné par la présentation d'un rapport présenté face à un jury parachève la formation de ce niveau de Licence.

Le diplôme de Master est délibérément professionnalisant dans ce département. Il est constitué d'une première année commune (Master 1) composée de 5 enseignements / semestre. L'offre pédagogique en Master 1 reflète la pluridisciplinarité spécifique aux Sciences de l'Information et de la Communication. En Master 2 Professionnel, les étudiants ont le choix de soutenir soit un mémoire, soit un rapport de stage témoignant de leur spécialisation. La présentation de la maquette des enseignements de Master 2 Communication des Organisations fait état d'un programme complet couvrant les différents aspects professionnels du champ. La présentation très succincte du Master 2 Communication Numérique, créé plus récemment (en 2017) ne permet en revanche pas d'émettre un avis.

IV. SYNTHÈSE DE L'ÉVALUATION

L'Université Libanaise dont dépend la Faculté d'Information est l'unique université publique du pays. Elle offre l'opportunité à tous les étudiants de suivre à faible coût une formation de haut niveau sans comparaison avec les droits d'inscription demandés par les universités privées. Elle assure ainsi pleinement sa mission de service public auprès de tous les jeunes Libanais afin qu'ils puissent contribuer en retour au développement social, professionnel et scientifique de la société. L'utilité sociale et citoyenne des formations est régulièrement évoquée dans les documents remis et dans les propos recueillis (enseignants comme étudiants) lors de la visite.

1 - FINALITE DE LA FORMATION

Le département de Relations Publiques et Publicité définit ses finalités en les situant à plusieurs niveaux, la mission sociale et citoyenne globale de l'université se retrouve au niveau de la faculté, des départements et des formations. L'objectif est d'offrir l'accès à l'enseignement supérieur à toutes les catégories de la société, de favoriser la mobilité sociale des étudiants et la démocratisation de l'éducation.

La mission de développement du pays et des populations est mise en avant, articulée sur une mission de formation intellectuelle et professionnelle, située au croisement du socioprofessionnel et de l'académique et conduisant au développement d'un rôle et d'une place dans la société permettant à chacun d'être acteur du développement de la société.

Concernant les étudiants, il s'agit de leur permettre de faire face aux exigences du marché et de s'adapter facilement aux changements et aux évolutions pratiques et technologiques en cours afin de s'insérer et de s'installer durablement sur un marché du travail en mutation.

- Dans cette perspective le cursus de Licence offre au cours des deux premières années une formation intellectuelle et linguistique solide qui s'articule en troisième année avec une perspective professionnalisante.
- Les deux années composant le Master sont en majorité composées d'enseignements professionnels.

2 - POSITIONNEMENT DE LA FORMATION

Les formations développées dans le département Relations Publiques et Publicité de l'Université Libanaise s'inscrivent dans un paysage universitaire national marqué par une abondance de l'offre de formation conforme à l'essor des métiers de la communication qui accompagnent aujourd'hui tous les secteurs d'activité.

Trois universités libanaises interviennent sur ce champ : l'Université Saint Joseph qui propose une Licence en Marketing Publicité, un Master en Événementiel et un autre Master en Publicité et Vente, Libanese American University propose un B.A (Bachelor of Arts) en Communication comportant une mineure en Publicité et Relations Publiques, Balamand propose pour sa part un B.A et M.A (Master of Arts) en Relations Publiques d'une part, Publicité Marketing d'autre part.

Le trait distinctif de l'UL et de sa faculté d'information consiste à offrir une formation académique et professionnelle de haut niveau à un coût accessible, différent du tarif existant dans des universités privées très présentes sur ce secteur de formation.

Dans ce cadre concurrentiel, le département Relations Publiques et Publicité se singularise par l'accent fort porté sur la conjugaison de deux pans jugés complémentaires : une solide formation pluridisciplinaire de culture générale et une dimension professionnalisante développée avec le concours des professionnels et entreprises du secteur.

L'évolution des diplômes proposés par ce département (et dont les intitulés font souvent l'objet de flottements terminologiques) est conforme aux mutations en cours, marquées par le rassemblement des métiers plus anciens de la publicité et des relations publiques au sein d'un champ qui adopte désormais dans la plupart des pays le terme générique de « communication des organisations ».

- Les offres de formation en Licence concernent deux champs de pratiques communicationnelles : le marketing et la publicité d'une part (qui interviennent de manière directe sur le fonctionnement des marchés), les relations publiques d'autre part (qui organisent la présence d'acteurs économiques ou autres dans la société).
- La formation de Master 1 reprend un niveau générique « communication des organisations » et conduit au niveau Master 2 à un choix d'options distinctes. Le Master 2 Relations Publiques et communication des organisations est dans la lignée des formations existant classiquement à la F.I., le Master 2 Communication Numérique est de création plus récente, il est à l'heure actuelle moins identifié et moins demandé mais, eu égard aux mutations des professions, il est d'une forte actualité.

Notons que les formations de Master proposées dans ce département ne conduisent pas à un Master Recherche ni à un Doctorat (réservés aux seuls étudiants de Journalisme)

3 - ORGANISATION PEDAGOGIQUE DE LA FORMATION

La montée en puissance des enseignements pratiques (assurés par des professionnels en activité) en Licence 3 satisfait complètement les objectifs professionnalisants revendiqués par ce niveau d'études. En outre, cette ambition professionnalisante s'accompagne d'un stage obligatoire (120 heures minimum) et d'un projet de fin d'étude valant pour 8 ECTS donnant lieu à un « mémoire » défendu devant un jury d'enseignants. Au delà de ses qualités strictement académiques, ce projet personnel de fin d'étude a pour finalité de servir de future « carte professionnelle » aux étudiants afin qu'ils soient clairement distingués et repérables sur le marché de l'emploi. De sorte, les enseignants insistent particulièrement sur son caractère décisif et sur sa préparation dès la deuxième année (L2).

Le programme de la Licence présenté dans un document sous l'intitulé Advertising & Marketing Communications fait état d'une progression satisfaisante des enseignements au fil des semestres, ces enseignements ayant à ce niveau une forte dimension liée à la culture générale, connaissance des sociétés et initiation au digital.

Concernant la Licence intitulée « Relations publiques et communication des organisations », le programme qui nous a été transmis, en langue anglaise et arabe, fait état d'une répartition équilibrée entre trois aspects : enseignement général de connaissance des sociétés, enseignements de langues étrangères, premières approches des problématiques professionnelles du marketing, des relations publiques et des ressources humaines (les fondamentaux de la communication organisationnelle).

Il est plus difficile d'apprécier le contenu des enseignements des deux masters 2, notamment dans on versant Communication Numérique, la maquette des enseignements de ce Master apparaissant de manière extrêmement succincte..

Les modalités d'évaluation sont une combinaison entre contrôle continu (40%) et examen final (60%) et prévoient systématiquement une double correction. Une session de rattrapage est proposée aux étudiants défaillants et un dispositif de réexamen des copies est en place. L'information concernant les modalités d'évaluation est transmises aux étudiants par deux fois : au début de chaque cours et par mail au cours de semestre.

Le règlement intérieur de la scolarité, du régime des études et des examens est porté à la connaissance des étudiants sur le site web de la faculté, il convient de noter qu'il est particulièrement précis et met l'accent sur des points déontologiques importants à l'heure d'Internet (question du plagiat notamment).

Les entretiens menés au cours de la visite font état d'un faible mobilité géographique des étudiants qui mènent leur stage dans un cadre national. De la même manière, leur scolarité n'est ni entrecoupée ni poursuivie par des séjours d'étude dans des universités étrangères.

4 - PILOTAGE DE LA FORMATION

Concernant la Faculté d'Information, composante de l'UL, la visite du comité d'experts les 16, 17, 18 et 19 décembre 2019, n'a pas permis de constater la mise en œuvre concrète d'outils de pilotage, ni d'aide à la décision, intégrés dans un système d'information, et ceci pour des raisons budgétaires. Les recommandations adressées à la Faculté d'Information sur ce point huit mois plus tôt sont très certainement en cours de réalisation mais n'ont pu être observées lors de la visite de décembre 2019.

Cependant et comme l'explique la Faculté d'Information, une architecture hiérarchisant les différentes instances de pilotage existe bel et bien, commune aux trois départements de la faculté.

Elle se compose comme suit : un Conseil d'unité à l'échelle de la Faculté d'Information, un Conseil de section et un Conseil de département. Les périmètres d'action et de responsabilité de chaque conseil sont bien différenciés et ne se superposent pas. Par exemple, il revient au seul Conseil de l'unité (au niveau de la Faculté) de décider de la création ou de la suppression d'un diplôme. La composition de ces conseils, ainsi que leurs missions et fréquences de réunion sont précisées dans le règlement intérieur.

Présidé par le doyen de l'unité, le Conseil d'unité est composé par les directeurs des sections de l'unité, les représentants du corps professoral des conseils des sections, le directeur du centre de recherche (le cas échéant), 2 représentants des étudiants élus en vertu des dispositions établies par le conseil de l'Université, ainsi que du représentant des enseignants de l'unité dans le conseil de l'Université mais sans possibilité de prendre part au vote. En accord avec le conseil de l'Université, le conseil de l'unité élabore le règlement intérieur de l'unité, formule des propositions pédagogiques et scientifiques, propose des candidatures à la nomination et

des contrats d'emploi à plein temps, nomme les membres de l'équipe administrative et technique, établit le budget de l'unité et discute du rapport annuel. Les décisions sont prises à la majorité absolue.

Chaque section de la Faculté d'Information est dirigée par un directeur, en charge pour 3 ans, qui travaille de concert avec le doyen et veille à la préservation des équilibres entre les sections. Il dirige le conseil de section composé d'au moins 5 membres dont le représentant du corps professoral de la section, les chefs des départements, le représentant des étudiants et le secrétaire de la section qui remplit la fonction de secrétaire du conseil. Le conseil de la section a en charge la supervision des affaires administratives, académiques et financières des départements et leurs coordinations.

Composé de 6 membres élus pendant 2 ans, le conseil de département a en responsabilité le pilotage des affaires pédagogiques et académiques de ce niveau. Le chef du département veille à la préparation de l'agenda du conseil du département, préside ses réunions et s'assure du suivi des recommandations. Au sein du Conseil de section, il assure la présentation des rapports semestriels et annuels de la situation de son département faisant état notamment des besoins techniques, administratifs, académiques et matériels des formations. Les rapports font l'objet d'une concertation au sein du Conseil de département.

A la différence du Conseil de l'unité et du Conseil de section (comportant un représentant étudiant), c'est de manière informelle, au sein de chaque classe, qu'un délégué des étudiants est nommé (ce qui n'est pas la situation réglementaire mais dû à la situation politique). Il a en charge de faire l'interface entre les étudiants, les enseignants et les responsables du département et de la section. Remarquons qu'il s'agit là d'une désignation informelle, non liée à un processus de représentation statutaire, extérieure à tout processus d'élection, supposant un mandat d'une durée variable qui ne permet pas un processus de renouvellement identifié.

Un code expliquant la politique en matière d'éthique et fixant les règles de la vie étudiante est distribué à la rentrée universitaire à tous les étudiants.

V. CONCLUSION

La visite a permis de visualiser les conséquences matérielles des restrictions budgétaires importantes que connaît l'Université Libanaise : moyens informatiques insuffisants, infrastructure bibliothécaire peu développée et peu actualisée) et de comprendre le cadre de pénurie dans lequel travaillent avec beaucoup d'allant, le corps professoral et les équipes de direction.

Elle a également permis de comprendre la qualité des relations établies entre les partenaires de la formation (relations enseignants-étudiants marquées par une grande confiance et disponibilité, relations entre équipe pédagogique et milieux professionnels intervenant dans les cursus ou accueillant les étudiants en stage). Cette qualité des relations qui anime les formations n'est cependant pas accompagnée d'outils formels de recension et de mesure des principaux indicateurs constitutifs d'un pilotage.

Le département de Relations Publiques et Publicité, parfois renommé Communication des Organisations est né de la volonté de distinguer un champ du savoir et des métiers distincts du journalisme, il a su développer son attractivité, se faire reconnaître dans un champ de formation désormais très concurrentiel dans lequel il a su construire une place importante, en plus et à côté de son cœur de métier historique qu'est le Journalisme.

La stabilisation des intitulés du département et des diplômes mériterait cependant une attention particulière car à la lecture des documents remis, un flottement des dénominations est observable, lequel nuit à la compréhension et à la lisibilité du cursus. Les termes de Relations Publiques, Publicité, communication corporate, communication des organisations voire entreprise, apparaissent tour à tour sans être fixés précisément.

Le souci constant de professionnalisation se manifeste par la présence de professionnels du champ intervenant dans les cursus, par des partenariats établis avec des agences de communication (Clémentine, P. Boulos, Hasri), par des travaux de mise en situation professionnelle (tel le projet de fin d'étude de Licence) et par une intégration professionnelle des étudiants attestée durant la visite par tous nos interlocuteurs. Le taux d'abandon ou d'échec est un problème récurrent que les dispositifs d'accompagnement existants ainsi que l'engagement très fort du corps enseignant ne réduisent pas. Le poids et la spécificité du contexte économique et social semblent bien déterminants et expliquent cette situation très particulière. Le comité de visite a été frappé par les efforts importants des étudiants afin de concilier les exigences de la scolarité et les contraintes socio-économiques qui les conduisent à travailler pour financer leurs études.

Les formations proposées aux niveaux Licence et Master sont en phase avec l'évolution professionnelle du champ tout en maintenant un souci constant de formation générale, théorique et critique qui devrait permettre d'envisager un accès potentiel des étudiants à un Master Recherche.

L'introduction de la dimension numérique est récente (2017), elle est à l'heure d'aujourd'hui moins attractive dans ce département (ce dont témoignent les effectifs) et en cours de développement. Il convient de remarquer la différence importante d'effectifs entre les groupes de Master 2 Communication des Organisations et Communication numérique. On peut par ailleurs se demander si cette dimension est une spécialité supplémentaire ou si elle irrigue les champs plus anciens des formations aux relations publiques et à la publicité. L'absence de syllabus de cours ne permet pas à ce jour de répondre à cette question.

POINTS FORTS

- Une exigence académique forte de culture générale et de savoir théorique.
- Une volonté accomplie de professionnalisation des enseignements, favorable à l'insertion des étudiants sur le marché de l'emploi.
- Une équipe pédagogique qualifiée, compétente et très engagée dans sa relation au savoir, aux étudiants, au service public et à l'organisation universitaire.
- Une formation en phase de construction de partenariats scientifiques avec des universités étrangères.
- Des étudiants très attachés à leur université et fiers de cette appartenance.
- La dimension éthique et déontologique du régime des études et examens, affirmée.

POINTS FAIBLES

- Faiblesse des ressources financières nuisant au développement des infrastructures techniques et pédagogiques.
- Documents d'information et de présentation des cursus de masters insuffisamment précis. Le flottement des intitulés est préjudiciable à la compréhension et à la lisibilité des diplômes en présence.
- Non articulation du Master 1 sur un Master Recherche, et donc perspective de Doctorat actuellement inexistante.
- Écart avéré (dans les tableaux produits par l'UL) entre le nombre d'inscrits et nombre de diplômés.
- Positionnement de la dimension numérique à situer.
- Participation institutionnelle des étudiants encore embryonnaire, non formalisée ni stabilisée.
- Mobilité internationale des étudiants du champ peu développée.

RECOMMANDATIONS POUR L'ETABLISSEMENT

Recommandations globales

- L'assurance des soutiens institutionnels est indispensable pour renforcer les dispositifs de coopération scientifique internationale existants (notamment avec les universités françaises).
- Le développement d'outils numériques officiels destinés aux étudiants (messagerie personnelle, environnement numérique de travail, actualisation du site de la Faculté d'Information) optimiserait la circulation des informations académiques et pédagogiques. Cette centralisation par des outils académiques allégerait les initiatives personnelles.
- L'absence d'outils formels permettant d'apprécier le suivi des cohortes, le pilotage et la démarche Qualité de la formation est une caractéristique de ce département qui n'a pas développé un observatoire des métiers, des débouchés et de leur évolution. Ce dernier pourrait être une aide à la décision du renouvellement des formations en permettant de mieux évaluer la portée des enjeux professionnalisants des formations.
- La place de la représentation étudiante dans les instances de gestion ou de fonctionnement pourrait être organisée de manière statutaire.

Recommandations pour le département

- La stabilisation des intitulés des formations mériterait une attention accrue, favoriserait une meilleure lisibilité et une attractivité plus grande. A la lecture des documents remis, un flottement est observable au niveau de ce département tour à tour intitulé RP et Publicité ou « Communication des Organisations » et au niveau des diplômes marqués par un flottement de la place et de l'apparition des termes Publicité – Marketing- Relations Publiques- Communication des organisations- communication des organisations/entreprises. La présentation de Licence fait pour sa part état d'un intitulé Publicité et Communication Marketing.
- L'exigence de formation intellectuelle pluridisciplinaire et critique doit être fermement maintenue, sachant qu'elle se manifeste aujourd'hui de plusieurs manières : épreuve de culture générale dès le concours d'entrée, composition pluridisciplinaire du corps enseignant rendant possible un savoir élargi, enseignements théoriques assurés exclusivement par des enseignants docteurs.
- Le maillage de ces formations diplômantes avec des partenaires étrangers (milieux académiques et professionnels susceptibles d'accueillir les étudiants et d'irriguer les programmes de formation) doit faire l'objet d'une attention soutenue et d'un travail spécifique qui peut être amplifié.

Recommandations pour le cursus de Licence

- Le niveau d'exigence intellectuelle demandé tant à l'entrée du cursus que durant les trois années qui le composent, doit être fermement maintenu. Le programme de Licence est complet, actuel et adapté à la formation d'étudiants responsables, engagés dans le développement de la société libanaise et en quête de professionnalisation.

Recommandations pour le cursus de Master

- La question de la place du numérique mérite d'être approfondie. Il semble, au vu du programme que cette dimension soit l'objet d'un Master spécialisé, encore peu connu et moins attractif dont le programme sommaire qui nous a été remis ne permet pas la formulation d'avis ou recommandation. Il conviendrait de mailler cette perspective numérique avec les autres aspects professionnels du champ.
- L'intitulé du Master 2 Communication des Organisations mériterait d'être précisé eu égard à l'intitulé du Master.
- Pourrait être prévu un prolongement du Master 1 de ce département avec le Master Recherche. L'impossibilité actuelle freine le développement scientifique de ce champ de formation totalement dédié à la perspective professionnelle et qui s'en trouverait vivifié.

V. OBSERVATIONS DE L'ÉTABLISSEMENT



Université Libanaise

Le Recteur

Monsieur François PERNOT
Directeur du département Europe et International- HCERES

Objet : Observation de nature stratégique sur le rapport d'évaluation des diplômes de la Faculté d'Information.

Cher Monsieur,

En vous remerciant pour votre précieux effort ainsi que le comité d'experts HCERES présidé par Monsieur le Professeur Manuel Royo, déployé au soutien de la Faculté d'information dans la mise en place d'un processus d'assurance-qualité afin d'aligner ses programmes sur les critères de qualité reconnus au niveau européen et international, et dans la mise en place du projet d'évaluation et d'accréditation par le HCERES,

Et en sollicitant votre soutien d'avantage pour aboutir à une accréditation finale, pour couronner le succès de ce projet et le mérite de l'UL,

Et suite à la demande d'évaluation et accréditation présentée par la Faculté d'Information à l'Université Libanaise à l'HCERES dans cet objectif,

Et suite au rapport d'autoévaluation présenté par la Faculté d'Information à l'Université Libanaise pointant les objectifs prioritaires,

Et suite à la visite d'évaluation de la délégation d'experts du HCERES du 16 au 19 décembre 2019 à l'UL- Faculté d'Information, durant lesquelles 23 visites et entretiens ont été organisés,

Et suite au rapport d'évaluation rédigé par le comité d'experts HCERES en 2020, l'Université Libanaise-Faculté d'Information présente ses observations de nature stratégique et s'engage totalement sur les recommandations du rapport HCERES.

Par conséquent, nous proposons l'annexe ci-jointe à cette lettre.

Veuillez agréer, cher Monsieur, l'expression de notre considération distinguée.

Beyrouth le 30 avril 2020

Recteur de l'Université Libanaise



Fouad Ayoub

Annexe

Observations de nature stratégique

Dans ce contexte, l'UL –faculté d'information (FI) présentera ses observations de nature stratégique divisée en deux volets. Le premier présentera les observations globales qui couvrent toute la faculté ; le second fournira celles qui se rapportent exclusivement aux formations évaluées.

Volet 1 : au niveau de la FI

Budget

Le financement de l'Université Libanaise relève de fonds publics. Chaque année, le gouvernement doit ratifier le budget proposé par l'université. Selon les lois en vigueur, la gestion du budget relève de la compétence du Conseil de l'Université.

Depuis plusieurs années et, en raison de la crise économique et financière qui s'aggrave et se manifeste avec de plus en plus d'ampleur, l'université suit une politique de restrictions budgétaires qui se concrétise par un manque d'investissement dans les locaux et les ressources. L'État alloue environ 250 millions de dollars par an pour plus de 82 000 étudiants.

Toutefois, les mesures d'austérité prévues dans le budget annuel n'endiguent pas les efforts continus que la FI déploie pour avoir des subventions à toutes ses activités. Elles n'empêchent pas, non plus, l'initiative privée et les tentatives d'innovation. L'engagement du corps professoral et la contribution des partenaires de la Faculté d'Information, en l'occurrence l'AUF, pallient partiellement le manque de financement.

La FI s'engage aussi à collaborer dans l'établissement d'une stratégie financière globale pour l'UL, basée sur des expertises et techniques avancées, pour piloter les ressources et les dépenses financières, et pour réorienter le financement tout en prenant en considération les priorités des facultés et départements, notamment celui de la FI.

Programmes d'échange et de coopération

La FI prendra en considération les recommandations du rapport pour créer de nouvelles pistes de coopération avec des établissements étrangers, le but étant de renforcer la dimension internationale de tous les départements de la faculté et d'aligner les enseignements sur d'autres offerts dans différents systèmes d'enseignement supérieur, et cela en coopérant avec le Bureau des relations internationales de l'UL localisé à l'administration centrale, pour augmenter le nombre de partenariats spécialisés et répondant aux axes prioritaires de développement d'échange au sein de la FI.

Dispositif d'évaluation

En septembre 2020, la FI mettra en route, par moyen électronique, des dispositifs d'évaluation mis en place depuis 2015 (circulaire n 36, 4 octobre 2015).

Environnement numérique et messagerie personnelle

La FI a commencé l'enseignement en ligne deux semaines après la fermeture forcée de l'université pour cause de coronavirus. En dépit de certaines difficultés techniques, l'expérience était réussie grâce à une cellule de crise formée de professeurs et de techniciens dans le but de familiariser tout le corps professoral de la faculté avec le nouveau système virtuel. Des tutoriels et des documents PDF ont été mis à la disposition des professeurs et des étudiants qui utilisent la plateforme Microsoft teams. **12 nouveaux** courriels ont été créés pour les professeurs, et **176** cours en ligne assurés hebdomadairement. La FI accorde aux étudiants inscrits en première un mail @ul.edu.lb. De plus, sur Teams s'est tenu par exemple un conseil d'Unité de la section-II le 19 mars 2020 et un conseil de département de RP et PUB –section II- le 27 avril 2020. La période d'adaptation semble pratiquement terminée avec un feedback positif et encourageant qui constitue un point de départ pour un travail innovant dans ce domaine-là.

Association des Alumni : une initiative en cours de réalisation

Suite aux recommandations du Hcéres et en application de l'Arrêté n 1234 du 24 mai 2018, l'Université Libanaise a mis en place le Bureau des Anciens « Alumni Affaires Office ».

La FI avait publié à l'occasion de son jubilé, un livre regroupant les noms de tous les diplômés tout au long de 50 ans, une initiative qui va dans la direction de renouer avec les anciens.

Quand l'épidémie du coronavirus prendra fin, la Faculté d'Information mettra sur pied, en septembre, le projet qui s'assigne les objectifs généraux suivants :

- Consolider les liens de solidarité entre les anciens ;
- Renforcer les liens de coopération entre les diplômés et l'université et renforcer le sentiment d'appartenance à l'UL ;
- Coopérer avec les anciens dans la réalisation de projets au Liban et à l'étranger ;
- Créer une base de données qui regroupe tous les anciens de l'université (domaines de spécialisation, situation professionnelle actuelle,...) afin de pouvoir assurer le suivi de cohorte ;
- Renforcer la visibilité de l'université, diffuser ses valeurs et promouvoir son image ;
- Conseiller les nouveaux diplômés dans leur orientation ;
- Proposer des manifestations scientifiques et co-organiser des colloques, des rencontres et des ateliers de travail.

L'Union nationale des étudiants de l'UL : retour des élections estudiantines

Suite aux recommandations du Hcéres, le recteur de l'Université Libanaise a décidé de relancer les élections estudiantines dont la date a été fixée pour la deuxième semaine de décembre 2019, sachant que le Conseil de l'Université avait approuvé le règlement intérieur de l'Union nationale des étudiants de l'Université Libanaise en mars 2019. Selon le règlement, les élections se déroulent suivant un système proportionnel et efficace qui garantit une représentativité estudiantine juste, au conseil des sections, et même au Conseil de l'Université. Suite au soulèvement du 17 octobre, l'Université Libanaise a reporté les élections à une date qui sera fixée ultérieurement.

Le conseil de perfectionnement

Le conseil de perfectionnement que le rapport suggère n'existe pas en tant qu'unité académique et administrative autonome. Son rôle est partiellement rempli par plusieurs comités au sein de la FI. L'idée de la mise en place d'un dispositif d'évolution et d'évaluation nous paraît très pertinente et contribue, certes, au processus d'amélioration continue des formations dispensées par la faculté.

Aussi, le conseil de perfectionnement pourrait collaborer à l'élaboration d'une stratégie de support global pour le parcours de l'étudiant à l'UL, et notamment celui de la FI, portant sur l'outil informatique et bibliothécaire, sur l'orientation de l'étudiant pour le choix d'une spécialisation active et demandée sur le marché de travail, et donc pour une meilleure insertion professionnelle, au niveau national et international.

Volet 2 : au niveau des départements

La FI pourrait contribuer à l'élaboration de la stratégie globale de l'UL pour l'installation d'un observatoire ou d'un service administratif pour développer la formation dans les facultés, notamment dans la FI, et définir les responsabilités des responsables académiques pour l'orientation de la formation

- **Budget**

Une autonomie budgétaire ne pourrait être accordée aux directions des trois départements vus que la gestion monétaire est, selon la loi, centralisée au niveau du Rectorat qui administre les budgets.

Cependant, une collaboration de la part de la FI dans la stratégie financière globale de l'UL, pourrait augmenter les ressources matérielles et par la suite développer l'investissement académique à ce niveau.

- **Descriptifs sur le site**

La FI s'initiera à compléter sur son site, et en septembre, les pages consacrées aux informations sur les diplômes respectifs des différentes formations.

De plus, nous mentionnons l'initiative entreprise par le Rectorat afin de créer un département de communication chargé de collaborer avec les facultés pour cette fin.

Observations stratégiques par département :

Gestion de l'information :

Département Gestion de l'Information

Pour le diplôme de Licence en gestion de l'information

- Intitulé de diplôme non stabilisé : le département s'est mis d'accord sur l'intitulé de « gestion de l'information »

- Finalité et positionnement du diplôme lisible principalement au niveau de la vocation professionnalisante, mais insuffisamment clairs quant aux débouchés et aux profils des métiers : dans la maquette réalisée et mis à disposition des étudiants dans les locaux de la faculté, les débouchés de la formation sont détaillés. De plus, la formation se veut généralisante formant aux métiers de l'information, archiviste, bibliothécaire, centre d'informations, (TV, Radio, journaux, magazines, sites web).

- Affaiblissement de l'intérêt du public pour la spécialité gestion de l'information : une campagne de communication via les médias libanais a commencé en septembre 2019 mais elle a été interrompue en raison du contexte socio-politique du pays

Il est important de mentionner que la formation a été instituée en 1975, suite à l'insistance de l'UNESCO. Ce métier qui était privé pendant longtemps s'est vu complètement amalgamé par l'informatisation. Donc, pour pas mal de gens la science de l'information est amalgamée avec les sciences de l'ordinateur. Toujours est-il que ce métier est mal connu par les étudiants malgré l'effort de publicité que la faculté entreprend chaque année.

Pour le diplôme de master en gestion de l'Information

- Finalité et positionnement du diplôme lisible principalement au niveau de la vocation professionnalisante, mais insuffisamment clairs quant aux débouchés et aux profils des métiers : les travaux de mémoires entrepris par les étudiants en Master 2 montrent clairement que nos étudiants se retrouvent dans les bibliothèques de toutes les universités libanaises, les centres d'archives, de presse, de télévision, de bibliothèques scolaires et des centres d'informations

- Cloisonnement des enseignements et d'accès au cursus de recherche, avec un faible adossement à la recherche, voire peu lisible

Le modèle LMD libanais a pris pour modèle le LMD français dans lequel il y avait une séparation nette entre master professionnel et master recherche.

Toutefois, le chantier de réforme des Masters entrepris en 2020, prévoit l'instauration d'un master Recherche accueillant des étudiants venant des différentes formations existantes à la faculté d'Information.

- Affaiblissement de l'intérêt du public pour la spécialité Gestion de l'information

Au niveau du master le département recrute des étudiants, toutes spécialisations confondues ayant obtenus une licence et les intègre au programme de gestion de l'information. La condition étant une expérience professionnelle ultérieure

- Dimension internationale non clairement affichée pour le master Gestion de l'information :

La FI collabore avec le Bureau des Relations Internationales pour établir des partenariats locaux, régionaux et internationaux, sous forme de conventions de double diplôme pour implémenter des masters en commun dans la gestion de l'information, qui développent la recherche, la formation et les méthodes avancées, qui encadrent l'échange des programmes de gestion de l'information, et les mobilités estudiantines et professorales à ce niveau, menant à une ouverture plus large à la coopération internationale dans le domaine de l'enseignement supérieur spécialisé dans la gestion de l'information.

Recommandations pour le département Gestion de l'information et les diplômes de Licence et Master Gestion de l'information et science des données

- Le projet de développement d'enquêtes : le département s'engage à initier des enquêtes menées par les étudiants et encadrées par l'équipe pédagogique afin de favoriser la création d'outils de pilotage en vue de soutenir les projets de développement des diplômes. (Rentrée 2020-2021)
- L'intensification de la professionnalisation : le département s'engage à officialiser les relations de coopérations existantes avec des partenaires socio-économiques nationaux et internationaux.

Journalisme et sciences des médias

Créer des passerelles entre masters professionnalisant et recherche et de permettre un assouplissement des conditions d'accès en doctorat : Un chantier de réforme des masters a été ouvert début 2020 qui a pour mission de revoir tous les masters existants, les matières, les intitulés, de proposer de nouveaux masters, et parmi les projets suggérés l'instauration d'un Master en sciences de l'information (Recherche), commun à toutes les spécialisations de la faculté.

Par contre les conditions d'accès au doctorat dépendent de l'école doctorale qui est une entité indépendante, présidée par un doyen ayant son propre règlement intérieur

Relations Publiques et Publicité

RECOMMANDATIONS POUR L'ETABLISSEMENT

Recommandations globales

– L'assurance des soutiens institutionnels est indispensable pour renforcer les dispositifs de coopération scientifique internationale existants (notamment avec les universités françaises) : 2 projets de coopération étaient envisageables avec l'Université Européenne de Bretagne-Rennes 2 et L'Université de l'Alsace. Malheureusement, ces deux projets ont été interrompus en raison du contexte socio-politique du pays et plus récemment à cause de la crise du covid-19. Les discussions entre la FI et les deux Universités françaises ci-mentionnées reprendront à la rentrée 2020-2021.

Recommandations pour le département

– La stabilisation des intitulés des formations mériterait une attention accrue, favoriserait une meilleure lisibilité et une attractivité plus grande. A la lecture des documents remis, un flottement est observable au niveau de ce département tour à tour intitulé « Relations Publiques et Publicité » ou « Communication des Organisations » et au niveau des diplômes marqués par un flottement de la place et de l'apparition des termes Publicité – Marketing- Relations Publiques-Communication des organisations- communication des organisations/entreprises. La présentation de Licence fait pour sa part état d'un intitulé Publicité et Communication Marketing : au niveau de la licence les intitulés sont comme suit : Publicité et marketing communicationnel, Relations publiques et communication des organisations.

Le département s'engage à éliminer le brouillage des terminologies et à stabiliser les intitulés au niveau de la licence et de du Master

Le maillage de ces formations diplômantes avec des partenaires étrangers (milieux académiques et professionnels susceptibles d'accueillir les étudiants et d'irriguer les programmes de formation) doit faire l'objet d'une attention soutenue et d'un travail spécifique qui peut être amplifié : conscient de l'importance de ce facteur, le département prêter une attention particulière à cet élément fondamental et cela dès la rentrée 2020-2021

RECOMMANDATIONS POUR LE MASTER : Un chantier de réforme des masters a été ouvert début 2020 qui a pour mission de revoir tous les masters existants, les matières, les intitulés, de proposer de nouveaux masters, et parmi les projets suggérés l'instauration d'un Master en sciences de l'information (Recherche), commun à toutes les spécialisations de la faculté.

DECISION D'ACCRÉDITATION

**Licence Communication publicitaire &
Marketing**

Faculté d'Information
Université Libanaise

LIBAN

Juillet 2020

PORTÉE DE LA PROPOSITION D'ACCRÉDITATION ÉMISE PAR LE COMITÉ

Le Hcéres a construit son processus d'évaluation fondé sur un ensemble d'objectifs que les formations supérieures doivent poursuivre pour assurer la qualité reconnue en France et en Europe. Ces objectifs sont répartis en quatre domaines communs au référentiel de l'évaluation et aux critères d'accréditation.

Le comité d'experts émet un simple avis relatif à l'accréditation de la formation : c'est la commission d'accréditation qui prend la décision en s'appuyant sur le rapport définitif de l'évaluation de la formation. Cette décision d'accréditation est le résultat d'un processus collégial et raisonné.

La décision prise par le Hcéres et relative à l'accréditation n'est pas une décision créatrice de droit, que ce soit sur le territoire français, ou à l'international. La décision relative à l'accréditation de l'établissement correspond à l'attribution d'un label et n'emporte pas reconnaissance en France de l'institution concernée par l'accréditation. Le processus d'accréditation du Hcéres n'a donc pas d'effet sur le processus de reconnaissance par la France de l'institution ou de ses programmes.

APPRECIATION DES CRITÈRES D'ACCRÉDITATION

DOMAINE 1 : FINALITÉ DE LA FORMATION

Critère d'accréditation

La formation affiche de façon claire et lisible les connaissances et compétences à acquérir. Les étudiants et parties prenantes connaissent les débouchés de la formation en matière de métiers et de poursuite d'études

Appréciation du critère

La licence Communication publicitaire et marketing vise à former des professionnels de ce secteur. Il s'agit de permettre aux étudiants de faire face aux exigences du marché et de s'adapter facilement aux changements et aux évolutions pratiques et technologiques en cours tout en maintenant un souci constant de formation générale, théorique et critique susceptible d'envisager l'accès à un master.

DOMAINE 2 : POSITIONNEMENT DE LA FORMATION

Critère d'accréditation

La formation a défini un positionnement global adapté à ses finalités incluant une articulation claire avec la recherche, des partenariats académiques et/ou avec le monde socio-économique et culturel, des partenariats nationaux et/ou internationaux.

Appréciation du critère

Dans un contexte fortement concurrentiel où trois universités libanaises interviennent sur ce champ (Université Saint Joseph, Université américaine et Balamand, l'UL et son département Relations Publiques et Publicité développent un positionnement spécifique marqué par la conjugaison d'exigences académiques et professionnelles fortes. Les offres de formation en Licence concernent deux champs de pratiques communicationnelles : le marketing et la publicité d'une part (qui interviennent de manière directe sur le fonctionnement des marchés), les relations publiques d'autre part (qui organisent la présence d'acteurs économiques ou autres dans la société). L'évolution des diplômes proposés par ce département est conforme aux mutations en cours, marquées par le rassemblement des métiers plus anciens de la publicité et des relations publiques au sein d'un champ qui adopte désormais dans la plupart des pays le terme générique de « communication des organisations » en phase avec l'évolution professionnelle du champ. Les partenariats institutionnels et scientifiques avec des universités étrangères ne sont pas encore très développés mais ce sont des objectifs déclarés que des enseignants, pour certains diplômés d'universités européennes ou anglosaxonnes, conduisent et qui devraient aboutir avec succès étant donnée la continuité des liens établis avec les universités françaises où ils ont obtenu leurs diplômes (Rennes, Marseille, par exemple).

L'originalité de la formation tient à la conjugaison de deux pans jugés complémentaires : une solide formation pluridisciplinaire de culture générale et une dimension professionnalisante développée avec le concours des professionnels et entreprises du secteur.

L'évolution des diplômes proposés par ce département est conforme aux mutations en cours, marquées par le rassemblement des métiers plus anciens de la publicité et des relations publiques. De fait, la licence est en phase avec l'évolution professionnelle du champ tout en garantissant un accès potentiel vers un master.

DOMAINE 3 : ORGANISATION PÉDAGOGIQUE DE LA FORMATION

Critère d'accréditation

La formation intègre des modules d'enseignement structurés, progressifs, adaptés aux différents publics. Elle permet d'acquérir des connaissances et compétences additionnelles et elle est cohérente avec le contexte socio-économique.

La formation intègre des dispositifs d'aide à l'insertion professionnelle tels que projets et stages, TICE et innovations pédagogiques.

La formation est ouverte à l'international.

Appréciation du critère

L'entrée en licence se fait sur concours. Ses trois années constituent un socle à partir duquel une spécialisation ou un approfondissement sont envisageables. Le travail de fin d'étude en troisième année constitue le pivot entre le niveau licence et le niveau master. Le programme, qui peut être suivi selon dans l'un des deux cursus, arabe/français ou arabe/anglais, associe l'enseignement des fondamentaux de la communication organisationnelle, de ceux des sciences de l'information et de la communication (SIC), des langues et d'informatique ainsi que de culture générale. A ce titre, le choix d'une option prise parmi les cours proposés par les autres départements de la Faculté d'Information traduit une volonté d'ouverture interdisciplinaire. Entre 50 et 60% des cours sont dispensés en français ou en anglais. Les première et deuxième année de licence sont partagées avec la licence Relations publiques et communication des organisations, la spécialisation dans l'une ou l'autre se faisant en troisième année. Celle-ci comprend des enseignements pratiques (assurés par des professionnels en activité) avec également un stage de 120h et un projet de fin d'études, conformément aux objectifs de professionnalisation communs aux deux licences. Le projet de fin d'étude, qui donne lieu à un « mémoire » défendu devant un jury d'enseignants, a pour finalité à la fois de servir de future « carte professionnelle » aux étudiants afin qu'ils soient clairement distingués et repérables sur le marché de l'emploi et de validation de leurs capacités académiques dans le cas d'une poursuite d'études en master. L'information concernant les modalités d'évaluation est transmise aux étudiants par deux fois : au début de chaque cours et par mail au cours de semestre. Le règlement intérieur de la scolarité, du régime des études et des examens est porté à la connaissance des étudiants sur le site web de la faculté qui met également l'accent sur les aspects déontologiques importants à l'heure d'Internet et notamment sur la question du plagiat.

DOMAINE 4 : PILOTAGE DE LA FORMATION

Critère d'accréditation

La formation a un dispositif de pilotage clair et opérationnel, incluant la participation des partenaires et des étudiants.

Elle est mise en œuvre par une équipe pédagogique organisée disposant de données précises et à jour.

Les modalités de contrôle des connaissances sont explicites et connues des étudiants.

Les enseignements et les unités de mise en situation professionnelle sont transcrits en compétences.

Des mesures anti-fraude ont été mises en place.

Appréciation du critère

L'architecture du pilotage est hiérarchique et s'effectue au niveau de la faculté dans tous les départements. L'initiative du directeur et du conseil de département de chaque section reste très limitée. L'initiative de la création, de la modification ou de la suppression d'un diplôme revient à un comité de l'Unité directement sous l'autorité du doyen et où siège un représentant étudiant. La composition de ces conseils, ainsi que leurs missions et fréquences de réunion sont précisées dans le règlement intérieur. Il n'existe pas de conseil de perfectionnement et aucun représentant étudiant ne siège au conseil du département. Leur représentation est informelle, chaque classe désignant un délégué destiné à faire l'interface entre les étudiants, les enseignants et les responsables du département et de la section. Il n'existe pas non plus de dispositifs officiels d'auto-évaluation ni d'outils d'aide à la décision et au pilotage (suivi de cohortes, insertion des diplômés).

Il convient de noter le faible taux de diplômés aux deux niveaux Licence et Master (chiffres non détaillés par niveaux) vraisemblablement lié à l'activité salariée de la majorité des étudiants qui mènent une scolarité plus longue ou plus fréquemment interrompue dans un contexte socio-économique qui la fragilise.

DECISION FINALE

Au vu de l'appréciation des critères d'accréditation ci-dessus, la commission d'accréditation prend la décision suivante :

« Décision d'accréditation sans réserve, pour 5 ans »

Outre les recommandations globales pour l'UL formulées dans le rapport d'évaluation, et les recommandations pour le département, la commission d'accréditation attire cependant l'attention de l'université sur les points ci-dessous qu'elle doit s'efforcer de résoudre :

- Le niveau d'exigence intellectuelle demandé tant à l'entrée du cursus que durant les trois années qui le composent, doit être fermement maintenu. Le programme de Licence est complet, actuel et adapté à la formation d'étudiants responsables, engagés dans le développement de la société libanaise et en quête de professionnalisation.

SIGNATURE

Pour le Hcéres,

Nelly Dupin, présidente par intérim



Nelly DUPIN
Secrétaire générale
nelly.dupin@hceres.fr
T. 33 (0)1 55 55 62 55
2 rue Albert Einstein - 75013 Paris

Date : Paris, 15 juillet 2020

Les rapports d'évaluation du Hcéres
sont consultables en ligne : www.hceres.fr

Évaluation des coordinations territoriales

Évaluation des établissements

Évaluation de la recherche

Évaluation des écoles doctorales

Évaluation des formations

Évaluation à l'étranger



2 rue Albert Einstein
75013 Paris, France
T. 33 (0)1 55 55 60 10

hceres.fr

[@Hceres_](https://twitter.com/Hceres_)

[Hcéres](https://www.youtube.com/Hceres)