

# HCERES

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

Formations

## Rapport d'évaluation

### Licence professionnelle Assistance stratégique des relations clients des entreprises de communication et d'information

- Université Rennes 2

Campagne d'évaluation 2015-2016 (Vague B)

# HCERES

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

Formations

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

Michel Cosnard, président

---

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

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

Évaluation réalisée en 2015-2016

## Présentation de la formation

Champ(s) de formation : Sciences sociales

Établissement déposant : Université Rennes 2

Établissement(s) cohabilité(s) : /

La formation de licence professionnelle (LP) spécialité *Assistance stratégique des relations clients des entreprises de communication et d'information*, créée en 2008, propose de préparer les étudiants, en deux semestres, à la gestion de la relation avec les clients, au sein d'entreprises relevant du secteur de l'information et de la communication. Elle poursuit le quadruple objectif de doter les étudiants d'une culture générale, d'une culture professionnelle, d'une culture technologique et de favoriser leur insertion professionnelle. Les débouchés proposés sont, par exemple, chargé de relations clients, conseiller technique ou chargé de mission en communication et relation clients, chargé de l'information et de la communication...

Cette licence propose une UE (Unité d'enseignement) théorique et une UE professionnelle à chaque semestre. Les UE théoriques portent sur la communication, le marketing, les problématiques liées à la gestion de la relation client... Les cours professionnels sont techniques (informatique de bases de données, statistiques). Les cours sont regroupés de septembre à janvier. Ils sont dispensés à Rennes. Le stage, d'une durée de 12 à 24 semaines, démarre en février. La formation accueille une vingtaine d'étudiants en formation initiale et continue.

## Synthèse de l'évaluation

La licence professionnelle *Assistance stratégique des relations clients des entreprises de communication et d'information* présente quelques points forts, comme la proportion de cours confiés à des professionnels qui est un gage de professionnalisation des enseignements, et la place du projet professionnel. Cependant, elle présente des lacunes, notamment sur le plan du pilotage de la formation : la composition du conseil de perfectionnement ne paraît pas conforme aux attentes, les jurys sont peu ouverts et des fonctions clés sont laissées à des intervenants externes (suivi des stages). On ne sait pas réellement comment le pilotage est réalisé, ce qui donne l'impression que le responsable de la formation est le seul pilote. L'équipe pédagogique est déséquilibrée au regard des spécialisations en communication et en gestion affichées par cette LP : on ne compte qu'un enseignant en communication - et il s'agit d'un doctorant - et trois enseignants en gestion. La place accordée à la recherche est importante pour une LP, notamment sous la forme d'enseignements de méthodologie en vue de la préparation d'un mémoire. Il semble difficile de fidéliser les intervenants professionnels, qui assurent une part importante de la formation, et de les impliquer dans le pilotage. S'agissant d'une LP, l'absence de PAST (Professionnel associé à temps partiel) constitue également une faiblesse. Le projet tuteuré, dans sa version actuelle, n'est pas assez orienté vers ce que l'on attend d'une LP : la professionnalisation. L'insertion professionnelle n'est pas très satisfaisante et les effectifs sont assez limités. Le nombre limité d'heures de cours alloués à chaque enseignement au sein des UE peut également être souligné comme une faiblesse en ce sens qu'il peut rendre difficile le suivi de l'acquisition des compétences et peut se traduire par un grand nombre d'évaluations.

### Points forts :

- Proportion importante de cours confiés aux professionnels.
- Une attention particulière accordée au projet professionnel et à la recherche d'un stage.

Points faibles :

- Pilotage lacunaire de la formation.
- Déséquilibre de l'équipe pédagogique.
- Dossier n'abordant pas l'aspect le plus important pour une LP, à savoir l'ancrage de la formation dans l'environnement socioéconomique.
- Faible taux d'insertion associé à un fort taux de poursuite d'études.
- Absence de recours au numérique dans la pédagogie.
- Des informations anciennes pour l'insertion, le taux de réussite, l'origine des étudiants (2010 pour les plus récentes).

Recommandations :

Il est important de constituer une équipe pédagogique dont les partenaires professionnels pourraient être impliqués davantage dans le pilotage de la formation. La fidélisation des professionnels intervenant dans la formation pourrait être facilitée par la multiplication des partenariats avec des entreprises. Le recrutement d'un PAST pourrait compléter efficacement le travail du responsable d'année, sans que cette personne n'assure le suivi de tous les stages ou projets.

Il est nécessaire d'ouvrir le pilotage de la formation à l'ensemble des parties prenantes : élargir la participation au jury à tous les intervenants (enseignants-chercheurs (EC) ou professionnels), mettre en place un conseil de perfectionnement associant les professionnels et les étudiants.

Il conviendrait également de reconsidérer le découpage actuel des matières au sein des UE : des regroupements pourraient être envisagés.

La dimension professionnalisante devrait être revue et consolidée : le projet tuteuré doit évoluer vers un projet collectif plus classique (donneur d'ordre et travail en équipe) ; les liens avec le milieu socio-économique doivent être développés ; l'équipe d'enseignants professionnels doit être stabilisée, etc.

Il convient d'ancrer davantage cette licence en sciences de l'information et de la communication. Un positionnement dans le département de communication de l'université est à étudier, ce qui aurait pour effet d'augmenter le nombre d'enseignants potentiels pour la LP et peut-être d'en améliorer le pilotage car le responsable ne serait plus isolé dans sa discipline.

## Analyse

|   |  |
|---|--|
| <p>Adéquation du cursus aux objectifs</p> | <p>Cette licence poursuit des objectifs relativement ambitieux : doter les étudiants d'une culture générale, d'une culture professionnelle, d'une culture technologique et favoriser leur insertion professionnelle. L'ensemble de ces objectifs paraît difficile à atteindre au regard des éléments constitutifs de cette formation.</p> <p>D'abord, si l'on analyse la construction du cursus, on voit que la formation théorique est dispensée de septembre à janvier, tandis que le stage est réalisé à partir de février. On peut déplorer cette concentration d'apports théoriques sur une période restreinte qui conduit inévitablement à un emploi du temps chargé pour les étudiants. Il est difficile de comprendre la pertinence de ce choix d'organisation et l'urgence de faire partir les étudiants en stage en février puisque celui-ci a une durée de 12 semaines minimum seulement.</p> <p>Ensuite, les UE sont composées de nombreux cours avec des volumes horaires faibles (6 à 8 heures), ce qui ne favorise pas l'approfondissement des connaissances acquises.</p> <p>Si la formation offre un bon équilibre entre UE théoriques et UE techniques, la présentation des principaux ERP (<i>Enterprise Resource Planning</i>) et l'apprentissage d'un ERP ne ressort pas du contenu présenté. Or, ce sont des outils incontournables de la relation client.</p> |
|---|--|

|                                      |   |
|--------------------------------------|---|
|                                      | <p>Les débouchés proposés pour la formation sont pour partie au cœur de la formation (chargé des relations clients), mais on peut s'interroger sur la pertinence de débouchés tels que les métiers du <i>media planning</i>, par exemple).</p>  |
| <p>Environnement de la formation</p> | <p>Cette LP est rattachée au département de Sociologie, ce qui peut paraître <i>a priori</i> surprenant.</p> <p>Il y a peu de concurrence directe au niveau régional. Une LP est proposée par l'Institut universitaire de technologie (IUT) de Lannion sous la mention <i>Management informatique et commercial de la relation client</i>, relation fournisseur au niveau national et international dispensée en alternance. Il aurait été intéressant de connaître les principales distinctions qui motivent le choix des étudiants.</p> <p>Les secteurs d'activités et les entreprises sont bien ciblés : entreprises de communication et d'information (presse, radio, télévision, agences de communication, régies publicitaires, sociétés de référencement sur internet, sociétés d'édition, sociétés de distribution, opérateurs de télécommunication...)</p> <p>Cependant, le dossier est mal renseigné : il n'aborde pas l'aspect le plus important pour une LP, à savoir l'ancrage de la formation dans l'environnement socioéconomique, alors même qu'un réel besoin de professionnels formés dans l'assistance à la relation clients est souligné. Rien n'est dit sur les partenariats noués avec les entreprises régionales ou autres, sur le bassin d'emploi, etc.</p> <p>Les enseignants-chercheurs appartiennent principalement à deux unités de recherche : Espaces et sociétés (ESO, Unité mixte de recherche, UMR 6590 Centre national de la recherche scientifique, CNRS) et le Centre interdisciplinaire d'analyse des processus humains et sociaux (CIAPHS, Equipe d'accueil, EA 2241).</p>  |
| <p>Equipe pédagogique</p>            | <p>L'équipe pédagogique est composée de 7 enseignants-chercheurs (EC) du département de Sociologie (dont une doctorante), 3 enseignants du département d'Administration économique et sociale (1 maître de conférences et 2 doctorants), 1 doctorant du département communication, 1 professeur agrégé du département d'Anglais et 1 doctorant du département d'Histoire. On regrette qu'aucune précision concernant les sections du conseil national des universités ne figure dans le dossier, l'appartenance à un département ne donnant pas forcément la discipline de spécialité.</p> <p>Cette équipe compte un grand nombre de doctorants (six au total), ce qui peut poser des problèmes de pérennité.</p> <p>Quatorze intervenants professionnels assurent la moitié des cours (hors projets tuteurés). Leurs fonctions sont en adéquation avec le contenu et les objectifs de la formation en termes de secteur d'activité et de métiers ciblés. La question de la fidélisation de ces intervenants est soulignée dans le dossier d'autoévaluation.</p> <p>Si le responsable de formation est clairement identifié, le pilotage montre des faiblesses. Un responsable d'année participe chaque mois à l'assemblée générale du département de Sociologie afin de traiter les questions relatives à l'organisation de la formation. Il s'agit là de discussions avec « les instances supérieures ». Il aurait été intéressant d'en savoir plus sur l'existence et le rythme de réunions avec l'équipe enseignante. A ce niveau, on apprend seulement que les réunions formelles sont rares, en raison notamment de la faible participation des professionnels à ce type de réunion, ce qui conduit à penser que le pilotage de la LP est assuré par des enseignants uniquement. Il est regrettable qu'il y ait peu (ou pas) de réunions où sont conviés tous les intervenants professionnels, car ils assurent la moitié des cours.</p> <p>Par ailleurs, on apprend que les stages sont gérés par un PAST qui ne relève pas de l'université Rennes 2 mais de l'université de Nantes. Il serait intéressant de comprendre la logique de cette organisation.</p> |

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| <p>Effectifs et résultats</p> | <p>Les effectifs sont limités (moins de 20 étudiants). Ils sont en légère hausse, mais l'information sur les effectifs est incomplète : 15 en 2008, 18 en 2009. Le dossier ne fournit pas de chiffres plus récents.</p> <p>L'origine des étudiants tend à se diversifier :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Etudiants majoritairement en provenance de BTS (Brevet de technicien supérieur) l'année d'ouverture (2008).</li> <li>- Origine plus variée la deuxième année : DUT (Diplôme universitaire de technologie), BTS, deuxième et troisième année de licence (L2 et L3). Les statistiques les plus récentes datent de 2010 : un tiers de BTS et le reste se répartissant de manière équilibrée entre DUT, L2 et L3.</li> </ul> <p>Le taux de réussite est satisfaisant, même si le nombre d'échecs a eu tendance à augmenter en 2012 et 2013. Il fluctue entre 61 et 74%.</p> <p>Le taux d'insertion professionnelle n'est pas si élevé que le prétend l'autoévaluation (moins de 50 % à 30 mois pour les diplômés de 2012 et 2013). En outre, les emplois occupés ne correspondent pas toujours aux attentes de la formation (seuls 40 % en 2012 et 50 % en 2013 des emplois occupés sont en adéquation avec la formation de LP). Cela pose la question de l'adéquation de la formation à la réalité du terrain, puisque le besoin dans ce type de qualification semble bien réel.</p> <p>L'insertion professionnelle est en baisse, elle semble compensée par un pourcentage croissant de diplômés en poursuite d'études :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'insertion professionnelle à 6 mois passe de 64% en 2010 à 29% en 2012 (mais 46% en 2013).</li> <li>- La poursuite d'études passe de 36% en 2010 à 57% en 2012 (mais 38% en 2013).</li> <li>- Pour les diplômés de 2009, la poursuite d'études est essentiellement dans la même université (première année de master (M1) <i>Information-communication</i> (4 étudiants), licence, M1 <i>Ingénierie de l'internet</i>).</li> </ul> <p>La poursuite d'études concerne chaque année 31 à 57% des répondants (pour la promotion de 2012), or il faut rappeler que ce débouché ne doit pas être prédominant, ni même encouragé, en LP. Le taux de poursuite d'études est trop élevé au regard des objectifs des LP.</p> |
|-------------------------------|--|

|   |  |
|---|--|
| <p>Place de la recherche</p>            | <p>S'agissant d'une LP, la place de la recherche dans la formation n'est pas centrale. Un effort est pourtant produit sur ce point, il mérite d'être valorisé et nuancé aussi au regard des attentes d'une LP.</p> <p>Une place importante est accordée à la formation par et à la recherche : cours de méthodologie dans le cadre de la préparation du mémoire (méthodologie de la recherche en sciences humaines et sociales, enquête par questionnaire, méthodologie de la recherche marketing, statistique générale, méthodologie documentaire). La moitié des enseignements est dispensée par des EC.</p> <p>A l'issue de leur année de LP, les étudiants doivent rédiger un mémoire professionnel, dont le choix du sujet s'appuie sur les missions réalisées en entreprise. Il y a ensuite un travail de problématisation et d'ancrage théorique du sujet. La méthodologie de rédaction prend, elle aussi, appui sur la recherche et l'étudiant bénéficie de l'accompagnement d'un EC.</p> <p>S'il est très positif d'initier les étudiants de LP à la recherche, leur demander la rédaction d'un travail de mémoire (problématisation, ancrage théorique) semble peu approprié avec les attentes d'une LP et paraît ambitieux.</p> |
| <p>Place de la professionnalisation</p> | <p>La professionnalisation est proposée de diverses manières, mais elle est insuffisamment développée et mise en valeur pour une LP.</p> <p>Les étudiants sont sensibilisés au projet professionnel dès les journées d'intégration, ce qui constitue un point positif : présentation du projet professionnel, simulation d'entretiens d'embauche dans le cadre de la préparation à la recherche d'un contrat de professionnalisation, aide à la rédaction du curriculum vitae (CV), cycle de conférences professionnelles...</p>   |

|                             |   |
|-----------------------------|---|
|                             | <p>La professionnalisation passe par la présence dans l'équipe pédagogique d'intervenants professionnels provenant du milieu socio-économique concerné par la formation. Ceux-ci assurent la moitié des cours, ce qui constitue un atout.</p> <p>La formation ne compte qu'un partenariat avec une entreprise. Il serait opportun de multiplier ces partenariats, ce qui permettrait de fidéliser et d'impliquer davantage les professionnels dans le pilotage de la formation.</p> <p>Le bilan de l'autoévaluation fait apparaître que la demande d'un poste de PAST n'a pas été satisfaite par l'université. Il est pourtant essentiel que des rôles clés, tels que la responsabilité des stages ou le suivi des relations avec le milieu socio-économique soient confiés à des enseignants permanents.</p> <p>La fiche RNCP (Répertoire national des certifications professionnelles) est globalement bien renseignée. La plupart des débouchés et métiers envisagés dans la fiche RNCP sont cohérents avec la formation : conseiller(e) technique en communication et relations clients, chargé(e) de l'information et de la communication, médiateur (médiatrice), chargé(e) de mission en communication et relations clients, et chargé(e) des relations publiques.</p> <p>La mention du métier de <i>media planner</i> ou de médiateur est en revanche inappropriée.</p>   |
| Place des projets et stages | <p>La formation accorde une bonne place au stage. Le stage de 12 semaines minimum débute en février. Il est prolongeable 2 mois. Les étudiants recherchent leur stage avec le soutien du responsable des stages et du Service universitaire d'information et d'orientation, insertion professionnelle (SUIO-IP, service commun de l'université Rennes 2). Le stage a lieu à l'issue des cours, ce qui permet aux étudiant qui le souhaitent de rechercher un contrat de professionnalisation (point positif), mais qui ne constitue pas une réelle alternance (cours théoriques jusqu'en janvier).</p> <p>Plusieurs conférences préparent à la recherche de stage et portent sur la découverte de l'entreprise, la diversité des structures, la gestion des projets, etc. Néanmoins, la préparation à la recherche de stage, ainsi que le suivi du rapport de stage semblent être réalisés par un intervenant professionnel qui aurait alors la responsabilité de l'ensemble des stages de la promotion. On peut s'étonner de l'importance de cette responsabilité confiée à une seule personne (alors que le stage est un élément central d'une LP) et qui plus est une personne extérieure à l'établissement.</p> <p>Par ailleurs, on sait peu de choses sur les projets menés au sein des enseignements et qui revêtent un caractère professionnalisant. Les contours du projet tuteuré restent flous. Le projet tuteuré représente 30% des heures d'enseignement.</p> <p>Le stage doit être réalisé prioritairement dans une entreprise de communication et d'information. La mention « prioritairement » devrait être remplacée par « obligatoirement » compte-tenu de la spécialité offerte par la LP. Aucune information n'est donnée sur le type de mission acceptée, ni sur les modalités de validation, <i>a priori</i>, de la mission.</p> <p>Le stage est validé par un rapport ou un compte-rendu. Le stage et son évaluation sont également à mettre en lien avec la production d'un mémoire professionnel qui s'appuie sur les missions réalisées en stage et qui donne lieu à une soutenance.</p> <p>S'agissant du suivi et de l'évaluation du stage, elle semble être le fait d'une seule personne, comme indiqué dans le point précédent, ce qui est un point négatif.</p> <p>Pour ce qui est du projet tuteuré, il s'appuie sur le stage en entreprise et donne lieu à la rédaction d'un mémoire professionnel. Il s'agit donc bien d'un projet lié à une entreprise et donnant lieu à un encadrement par un enseignant. En revanche, la dimension de gestion collective d'un projet donné par un commanditaire traditionnellement associée aux projets tuteurés en LP est totalement absente. Cela nuit à la professionnalisation de la formation, puisque l'étudiant perd l'opportunité de travailler en équipe sur un projet en lien avec la spécialité de sa formation. En lieu et place, on lui demande de rédiger un mémoire professionnel, ce qui peut paraître ambitieux pour un étudiant en LP.</p> |

|   |   |
|---|---|
| <p>Place de l'international</p>                                     | <p>Même si la formation ne dure qu'un an, une place doit être donnée à la dimension internationale. Or, elle est ici très limitée. Un semestre d'études dans une université étrangère est difficilement envisageable en LP. En revanche, la mobilité internationale en stage peut être privilégiée et renforcée.</p> <p>Cela passe d'abord par une politique d'enseignement des langues adaptée afin d'accompagner le développement de stages à l'étranger. Les étudiants ont la possibilité de continuer l'apprentissage d'une langue étrangère à raison de 24 heures par semestre. Il s'agit d'un anglais de spécialité en relation avec les objectifs de la licence (monde de l'entreprise, relations avec les clients, communication, marketing, rôle d'internet). L'enseignant est natif de la langue, ce qui constitue un point positif.</p> <p>Les stages à l'étranger sont autorisés (point positif), mais ils semblent l'exception plutôt que la règle. La mobilité par les stages ne concerne que les étudiants étrangers ou binationaux qui ont des difficultés à trouver un stage en France. Il y a peu d'informations sur la mobilité internationale entrante (quelques étudiants étrangers ou binationaux). Dans le cas présent, les stages à l'étranger sont présentés comme une solution « par défaut », alors qu'ils doivent être envisagés comme une opportunité pour l'étudiant.</p> <p>La mobilité internationale passe également par le développement de partenariats avec des universités et/ou des entreprises à l'étranger afin de proposer des stages aux étudiants. A ce jour, la formation offre peu d'opportunités.</p> |
| <p>Recrutement, passerelles et dispositifs d'aide à la réussite</p> | <p>L'accès à la formation est sélectif. Une procédure de recrutement (dossier puis entretien) existe et permet de sélectionner les candidats. Le taux de sélection n'est pas précisé et ne peut être déduit : il n'y a aucun chiffre sur le nombre de dossiers de candidature reçus chaque année. Le taux de sélection permettrait de se faire une idée de l'attractivité et de la visibilité de la formation auprès des étudiants.</p> <p>Même si elle est ouverte à tout étudiant titulaire d'un bac+2, une attention particulière est portée à ceux qui viennent d'une L2 en Information et communication ou qui ont validé le parcours de préprofessionnalisation « Métiers de l'information et de la communication ». On peut déplorer qu'aucun chiffre récent n'ait été communiqué pour permettre d'apprécier l'origine des étudiants finalement sélectionnés dans cette LP (le dossier ne fournit les origines des étudiants que pour les deux premières promotions).</p> <p>L'aide à la réussite prend la forme de journées d'intégration (3 jours dont les thématiques amènent les étudiants à travailler sur leur projet professionnel), d'une formation aux méthodes de travail universitaire, d'un accompagnement organisé du travail de recherche de stage et de la rédaction du mémoire professionnel (par deux EC et un intervenant professionnel, par « les rencontres du samedi » qui ont lieu durant le stage).</p>   |
| <p>Modalités d'enseignement et place du numérique</p>               | <p>Les informations communiquées sont relativement pauvres. Les étudiants en formation initiale et continue suivent les mêmes cours. En 2009 et 2010, il y avait 2 étudiants sur 15 qui étaient en formation continue (pas de chiffres plus récents). Il ne semble pas y avoir d'aménagement pour les étudiants en formation continue. Les Validations des acquis de l'expérience (VAE) sont possibles, mais on ne connaît pas le nombre de demandes annuelles.</p> <p>Des cours permettent d'appréhender le monde des Technologies de l'information et de la communication (TIC), mais aucun usage pédagogique du numérique n'est mis en avant dans la formation, ce qui est d'autant plus dommage pour une formation en information et communication. Par exemple, il n'est pas fait mention d'un éventuel recours au numérique ne serait-ce que pour mettre à disposition les supports de cours et pour favoriser les échanges entre étudiants ou entre enseignants et étudiants.</p>  |
| <p>Evaluation des étudiants</p>                                     | <p>Les règles d'obtention de l'année et de compensation sont définies. Il y a compensation des semestres. Les examens prennent la forme de contrôles continus (CC) et d'examens terminaux (ET), mais sur ce point, le dossier est peu précis. Il n'y a pas d'indication CC/ ET/ écrits-oraux par matière ou par UE ; pas d'élément permettant d'évaluer l'adéquation entre le</p>   |



|  |   |
|--|---|
|  | <p>travail demandé et les ECTS (<i>European Credits Transfer System</i>) ou l'adéquation entre les coefficients et les ECTS (les coefficients n'étant pas indiqués dans la maquette).</p> <p>En revanche, il est étonnant de trouver la validation du stage au semestre 1, alors que celui-ci est réalisé à partir du mois de février. Cela pose la question du chevauchement des sessions d'examens, de l'organisation des jurys d'examen, ainsi que la mise en place effective de la semestrialisation.</p> <p>Le jury d'examen se réunit après chaque session (il serait intéressant d'en connaître les dates, compte-tenu de la remarque précédente). Il est composé du responsable pédagogique de la LP, qui fait office de président, de deux EC et d'un intervenant professionnel. Ce jury délibère et arrête les notes des étudiants à l'issue de la session d'examens. On peut s'interroger sur les raisons qui motivent une composition aussi restreinte des jurys qui pourraient être ouverts à l'ensemble de l'équipe pédagogique.</p>                          |
| Suivi de l'acquisition des compétences                     | <p>On ne sait pas comment les compétences attendues sont mises en œuvre dans les enseignements théoriques ou pratiques, ni comment elles sont évaluées. Il n'est pas fait mention d'un portfolio. Il est seulement indiqué que le suivi d'acquisition des compétences est effectué essentiellement pendant le stage (rencontres du samedi ainsi que deux rencontres avec le tuteur universitaire).</p> <p>Le supplément au diplôme reprend le contenu de la formation, mais ne paraît valoriser ni le stage, ni le projet tuteuré de l'étudiant.</p>  |
| Suivi des diplômés   | <p>Des actions sont menées par l'université et également au niveau de la formation, mais elles méritent d'être renforcées pour valoriser l'effet réseau d'une LP.</p> <p>L'Observatoire des parcours étudiants et de l'insertion professionnelle (OPEIP) réalise une enquête annuelle sur une promotion d'étudiants, avec un recul de 24 mois (taux de retour de 75%). En interne, des enquêtes sont réalisées avec un recul de 12 mois.</p> <p>Le réseau professionnel LinkedIn est utilisé de manière informelle par le responsable de la formation pour maintenir des liens avec les anciens étudiants.</p>  |
| Conseil de perfectionnement et procédures d'autoévaluation | <p>L'OPEIP réalise une enquête annuelle en ligne pour faire évaluer la formation par les étudiants. Elle enregistre un bon taux de retour (75%) et les résultats sont transmis aux responsables de formation qui en discutent avec leur Conseil de perfectionnement (CP).</p> <p>Par ailleurs, chaque enseignant fait une évaluation de son propre cours. Les étudiants choisissent un délégué, mais on ne sait pas réellement comment la remontée d'informations se fait et quelles décisions sont prises.</p> <p>Un CP se réunit une fois par an. Sa constitution ne fait pas apparaître de représentant du milieu socio-économique. On peut, en effet, souligner la faible intégration et implication des professionnels dans le pilotage de la formation : un seul est convié aux jurys et ils ne sont pas conviés aux CP. Le CP est composé de la direction de la formation, du responsable des stages et des responsables du suivi du mémoire professionnel. Les étudiants n'y sont apparemment pas conviés. Les missions du CP sont, par ailleurs, peu précises.</p> |

# Observations de l'établissement



**Lettre d'accompagnement aux réponses de l'université Rennes 2  
aux rapports de synthèse de l'HCERES  
(juillet 2016)**

La direction de l'établissement remercie l'HCERES pour l'évaluation globalement très positive de l'ensemble de ses formations.

Quoique consciente des contraintes qui pèsent sur l'HCERES, elle regrette que les rapports de synthèse de cette dernière lui parviennent tardivement, à un moment où l'élaboration de l'offre de formation que l'université Rennes 2 proposera dans le cadre de la prochaine accréditation est presque achevée. Il va de soi, pourtant, qu'elle veillera à ce que les équipes pédagogiques tirent le meilleur profit des utiles recommandations formulées dans les rapports de synthèse.

Elle tient par ailleurs à répondre de façon globale à des observations qui touchent de manière transversale à l'ensemble de ces formations :

- Le taux de réussite en M1 et le taux de passage de M1 à M2 font l'objet de remarques dans plusieurs des rapports relatifs aux formations de Master. Au delà de l'appréciation portée sur quelques cas particuliers, la direction de l'établissement souligne qu'elle est confrontée à une double contrainte : d'une part l'augmentation de ses effectifs de master 1, d'autre part la pérennisation de formations à vocation professionnalisante pour lesquelles le bassin d'emploi n'est pas extensif.

- La place insuffisante des professionnels dans certaines formations de L ou de M est à l'occasion mentionnée par les experts de l'HCERES. La direction prend acte de ces observations mais souligne, que si elle doit en effet progresser dans ce domaine, elle dispose également d'acquis sur lesquels elle entend s'appuyer (IDEFI 2PLG, Licence Pro, masters à vocation professionnelle). Elle considère également que la généralisation des conseils de perfectionnement dans le cadre de la prochaine offre de formation contribuera à renforcer encore les liens avec les mondes socio-professionnels.

- La direction de l'université prend acte des observations critiques relatives à la place de l'international dispersées dans un nombre notable de rapports de synthèse. Elle constate que, malgré les efforts de plusieurs équipes pédagogiques, cette dimension n'a pas été, dans les précédentes mandatures, un axe fort de la stratégie de l'établissement. Elle tient toutefois à souligner que l'internationalisation des formations est un des axes stratégiques du futur contrat d'établissement. Plusieurs décisions ont d'ores et déjà été prises : objectif d'une mise en place de cours disciplinaires en langue étrangères dans l'ensemble des formations (dispositif EMILE); doublement du volume horaire attribuée aux langues dans le cadre des masters; mise en place de modules de préparation à la mobilité sortante dans le cadre de l'enseignement obligatoire des langues et d'unités d'enseignement facultatives;

mise en place d'un cadre conventionnel simplifié pour la signature d'accord de bi-diplomation qui porte déjà des fruits (bi-diplomation avec l'université de Fès (Maroc) et avec l'université de Fudan (Chine))

- Enfin, la direction prend acte des observations récurrentes sur les enquêtes d'insertion professionnelle et les problèmes d'utilisation et de lisibilité éventuellement rencontrés. Elle tient toutefois à faire remarquer que l'université Rennes 2, qui a été pionnière dans cette mission, travaille désormais dans un cadre méthodologique stabilisé et unifié à l'échelle de l'établissement mais défini au niveau national, de telle sorte que certains indicateurs restent de fait peu adaptés à la spécificité de certaines de ses formations.

Elle constate et déplore le fait que les données élaborées par l'Observatoire des Parcours de l'Etudiant et de l'Insertion Professionnelle (OPEIP) et transmises aux équipes pédagogiques n'aient été que faiblement appropriées et n'aient pas fait l'objet d'analyses approfondies dans les rapports d'auto-évaluation. Le développement d'enquêtes portées au niveau des équipes pédagogiques semble parfois encouragé par les rapporteurs. Or, la direction de l'université qui souhaite soutenir le caractère impartial et indépendant des enquêtes de l'OPEIP, producteur d'indicateurs d'insertion consolidés à l'échelle de l'établissement, entend limiter le développement d'enquêtes portées par les équipes pédagogiques qui ont pour effet collatéral de faire chuter le taux global de réponse de la part des étudiants.

Enfin et de façon plus circonstancielle, un faible taux de réponse sur les études de licence générale a été relevé par plusieurs équipes pédagogiques dans les rapports d'auto-évaluation. Ce problème vient du fait que les premiers résultats de l'enquête des diplômés de licence 2012 ont été intégrés alors même que le recueil n'était pas finalisé. Ce point de vigilance avait été porté à l'attention des équipes pédagogiques qui disposaient par ailleurs des enquêtes des Licences générales 2010-2011 pour lesquelles le taux de réponse oscille entre 61% et 67%.

Dans le cadre du projet de système d'information relatif à l'offre de formation, l'établissement va devoir repenser les modalités de documentation de l'ensemble des diplômes Rennes 2. Les questions de parcours étudiant et d'insertion professionnelle constituent des points d'entrée stratégique pour rendre lisible l'offre de formation. Dans cette logique, un travail de concertation va engager les équipes pédagogiques, la direction et l'OPEIP pour le renforcement de la visibilité et une meilleure interaction.

Le Président  
  
Olivier DAVID



|                            |  |
|----------------------------|--|
| <b>Champ de formation</b>  | Champ Sciences sociales  |
| <b>Intitulé du diplôme</b> | Licence Pro mention Activités et techniques de communication - spécialité Assistance stratégique des relations clients des entreprises de communication et d'information |

## Observations sur le rapport d'évaluation de l'HCERES

En réponse aux points suivants évoqués par le comité d'experts, l'équipe de formation souhaite apporter les précisions suivantes :

### Observations générales

L'université Rennes 2 prend acte des observations formulées par l'HCERES sur la Licence Pro mention Activités et techniques de communication - spécialité Assistance stratégique des relations clients des entreprises de communication et d'information

Olivier DAVID

Président de l'Université Rennes 2

Le Président  
Olivier DAVID