

HCERES

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

Département d'évaluation des formations



Rapport d'évaluation

Master Information et communication

Université de Haute Alsace (UHA)

Campagne d'évaluation 2016-2017 (Vague C)

Rapport publié le 20/07/2017

HCERES

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

Département d'évaluation des formations

Pour le HCERES,¹

Michel Cosnard, président

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

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

Évaluation réalisée en 2016-2017

sur la base d'un dossier déposé le 13 octobre 2016

Champ(s) de formations : Droit, politique et sociétés

Établissement déposant : Université de Haute-Alsace

Établissement(s) cohabilité(s) : /

Présentation de la formation

Le master *Information et communication* spécialité *Communication et édition numérique* est fortement orienté vers les métiers de la communication et plus précisément vers l'édition numérique et la conception de ressources. L'empan de ses ambitions s'étend de la conception à la diffusion des contenus multimédias, le management de projets numériques et la mise en œuvre de stratégies de communication. La formation propose aux étudiants de devenir des médiateurs entre techniciens et donneurs d'ordre (manager/direction/partenaires) dans des structures diversifiées (entreprises privées, administrations, agences, éditions, cabinet de conseils....) et de profiter 1) d'un appui recherche significatif basé sur les travaux en sciences de l'information et de la communication sur les usages et les pratiques à l'ère du numérique et 2) d'expériences de terrain (projet, stages) obligatoires pour l'obtention du diplôme.

La formation est dispensée à Mulhouse sur le site campus Fonderie et a été réhabilitée en 2013. Elle est structurée à partir d'une architecture classique avec un tronc commun au niveau de la première année de master (M1) (17 unités d'enseignement - UE -) et deux parcours en deuxième année de master (M2) : *Communication et édition numérique* ou un *Management de projet*, parcours *Médias numériques*. Quatre blocs de compétences sont déployés : « connaissances disciplinaires », « savoirs et spécialisation professionnelles », « connaissances transversales » (dont les langues) et « pratiques et situations professionnelles » (dont deux stages). Les enseignements sont dispensés en présentiel.

Analyse

Objectifs

Les objectifs de la formation sont clairement affichés à la fois sur le plan de la recherche dans le champ de la communication médiatique à l'ère du numérique et sur le plan des débouchés en termes de métiers. La prise de conscience d'une évolution technique et technologique explosive du milieu de l'information et de la communication, conduit l'université à s'appuyer notamment sur la recherche, et donc une référence de pointe et actualisée. Elle vise à faire acquérir puis savoir maintenir par les étudiants une capacité d'adaptation permanente des compétences nécessaires à la mise en œuvre des stratégies définies par les donneurs d'ordre du domaine visé.

En revanche, la formation restructurée en 2013 reste de faible notoriété : cela se ressent notamment au niveau des effectifs (12 inscrits en M2 en 2014). Elle devrait poursuivre ses efforts en ce sens. Si l'on excepte les quelques données chiffrées, le manque de données qualitatives sur le devenir des étudiants (postes, missions) n'a pas réellement permis d'apprécier la nature des missions et des postes confiés aux diplômés.

Organisation
L'organisation de la formation repose sur un schéma classique de progressivité et d'interdisciplinarité qui a fait ses preuves. Un tronc commun de 17 UE (9 UE de 48 heures et 1 UE de 36 heures en M1 et 7 UE en M2 dont l'UE pratiques et situations professionnelles) et deux possibilités offertes pour le M2 : - poursuite en <i>Communication et édition numérique</i> (stratégies éditoriales de contenus multisupports) - poursuite en <i>Management de projet</i>, parcours <i>Médias numériques</i> (gestion de projets transmédia, formation en alternance). Une forte proportion de travaux dirigés vient asseoir la dimension opérationnelle mais il faut prendre garde à ce que celle-ci ne se fasse pas au détriment de l'assise théorique et disciplinaire (scientifique) nécessaire.
Positionnement dans l'environnement
Depuis 2013, la formation a construit des liens et a commencé à élargir l'éventail de ses partenaires (Rhenatic, projet KMO, Enov Campus, Novartis). Elle s'appuie sur un dynamisme local. Le positionnement carrefour entre les trois pays France-Suisse-Allemagne et la collaboration avec le projet transfrontalier NOVATRIS est un atout permettant de déployer le potentiel interculturel et innovant du master. Ainsi la formation permet de proposer une insertion professionnelle localement. Toutefois aucun élément précis n'étaye la réalité ni les modalités de cette insertion.
Equipe pédagogique
L'équipe se compose de huit enseignants chercheurs et d'une quinzaine d'intervenants extérieurs, universitaires et professionnels. L'équipe semble suffisante quantitativement notamment grâce aux interventions de collègues d'autres universités (université de Strasbourg – UNISTRA –, université de Franche-Comté...), et diversifiée (50% universitaires ou professeurs agrégés (PRAG) ou professeur certifié (PCE), 50% professionnels du secteur visé). Globalement, il semble que 849 heures de cours soient dispensées dans le master, dont 293 (35%) par des professionnels. Si l'on considère que dans ces 293 heures, 72 heures sont des heures de langue (anglais) par des intervenants extérieurs, on peut ramener à 221 heures, soit seulement 26% du total le nombre d'heures prodigué par des praticiens professionnels du domaine ciblé par le diplôme. Par ailleurs, la répartition de cette intervention des professionnels entre les deux années du master est impossible à cerner dans les tableaux fournis. Ces considérations relativisent la très forte volonté d'opérationnalité exprimée dans les objectifs du diplôme. Le recrutement d'un professeur associé (PAST ou deux demi PAST) pourrait encore asseoir l'ancrage professionnalisant de la formation.
Effectifs, insertion professionnelle et poursuite d'études
L'attractivité semble progresser si on s'intéresse aux effectifs étudiants en M1 : 5 inscrits en 2012, 18 en 2013 puis 21 en 2014 et 2015 et sur les mêmes années, 6, aucun en raison de la transition, 12 et 17 en M2. L'autoévaluation mentionne 80 demandes reçues sur 2015 et autant sur 2016, et une vingtaine d'inscrits, ce qui correspond au maximum gérable compte tenu des effectifs d'enseignants disponibles. Le vivier étudiant dépasse le quart Nord-Est de la France. L'insertion semble satisfaisante mais on manque de données sur les lieux d'insertion. Pour perdurer, le master doit faire face à la concurrence et spécifier son originalité, notamment au regard de la proximité des formations dispensées à l'unité de formation et de recherche (UFR) Sciences, techniques et gestion de l'industrie (STGI) de l'université de Franche-Comté à Montbéliard et le master <i>Produits et services multimédia</i>. Par ailleurs, les évolutions successives du diplôme, la faiblesse des chiffres récents, et l'absence de précisions sur les missions ou métiers exercés après insertion, rendent très difficile toute évaluation qualitative sur cette insertion professionnelle suivant l'obtention du diplôme. Si l'on se réfère aux taux d'insertion fournis par l'enquête de l'observatoire régional de l'enseignement supérieur et de l'insertion professionnelle (ORESIP) : 7 insérés sur 10 diplômés sur les 12 inscrits en M2 en 2014-2015 sont les seuls chiffres actuellement disponibles sur cet aspect. Il semble y avoir possibilité récente de poursuite en doctorat. Il est incontournable de mettre en place une analyse plus précise du devenir réel post diplôme.
Place de la recherche
La place de la recherche est essentielle dans la conception du diplôme, puisque l'objectif est clairement affiché de préparer des étudiants à une maîtrise globale et polyvalente de l'ensemble des aspects du domaine de la communication et du numérique, pour être des médiateurs entre les métiers techniques et technologiques et les donneurs d'ordres. Ainsi les étudiants doivent être au fait des travaux de recherche et des pratiques du milieu visé.

La formation peut s'appuyer sur l'axe communication, cultures et technologies de l'information du laboratoire du centre de recherche sur les économies, les sociétés, les arts et les techniques (CRESAT) qui développe des travaux dans le champ des usages des médias, les pratiques culturelles, l'interculturalité et les pratiques professionnelles des communicants en organisation. De plus, les journées d'étude (deux par an) sur des thématiques en lien avec la formation et des sujets de mémoire de recherche ciblée accentuent encore ce lien. Notons que des illustrations concrètes (exemples de sujets) auraient permis de mieux apprécier ce point. Les huit enseignants chercheurs titulaires dans l'établissement qui interviennent pour une part importante dans les cours dispensés sont un gage de respect de cet objectif. La poursuite en doctorat apparaît désormais possible (le dossier mentionne un doctorat ayant débuté en septembre 2016 avec une bourse de l'école doctorale centré sur une étude des compétences numériques dans les trois pays de la région et un comparatif avec les Etats-Unis) et la proposition de développement de dispositifs de financement par des conventions industrielles de formation par la recherche (CIFRE) constitue un élément positif qui est à encourager.

Place de la professionnalisation

La professionnalisation constitue une préoccupation forte, affirmée dans les objectifs du diplôme et confirmée par la diversité des interventions professionnelles proposées. La présence de deux stages avec soutenance, de projets et de mises en situation professionnelle est positive mais, comme le souligne le dossier, la formation est jeune et doit encore consolider/développer son réseau d'anciens étudiants insérés.

Il est vraiment regrettable que le dossier ne présente pas d'éléments concrets ni d'illustrations qui permettraient de mesurer ou de constater la réalité effective de cette intention. La raison évoquée est certes la jeunesse de la formation, mais quelques éléments pourraient facilement être fournis pour témoigner de ces aspects : thèmes de stage, exemple de projet professionnel, retour d'expérience...

Enfin, l'accès au diplôme par l'apprentissage est envisagé à court terme et une demande d'accréditation à la formation continue a été déposée : ces deux éléments constitueront un atout certain pour la formation sur ce plan.

Place des projets et des stages

L'intention est clairement affirmée et la structure de la formation prévoit un dispositif avec des projets, des stages (deux à trois mois en M1 et quatre à six mois en M2), un coaching professionnel ce qui en souligne l'importance. Aucun élément autre que procédural ne permet pourtant de juger de la réalité et de l'efficacité de ces aspects (lieu de stage, mission, compte rendu, témoignage, évaluation).

Place de l'international

De nombreux éléments potentiellement favorables à l'international sont mis en exergue : sensibilité des intervenants chercheurs, possibilités de stages à l'étranger, liens avec des projets déjà établis (CUMEN, IDEX NOVATRIS...), ouverture du recrutement, projets de collaboration internationale (programme d'échange en cours de construction déposé avec une université de Californie), participation d'enseignants-chercheurs d'Allemagne et de Suisse, chercheuse invitée par le CRESAT (université de Chico, spécialité *Digital humanities et littérature numérique*).

Les résultats restent à constater et les deux freins majeurs évoqués paraissent assez surprenants : faiblesse du niveau de langue des étudiants et absence de professeur titulaire en langue vivante sur le site de la Fonderie.

On ne peut que s'interroger sur le paradoxe des potentialités théoriques du positionnement géographique frontalier jugé porteur, l'ouverture du recrutement, les possibilités de partenariats et de stages à l'étranger, et de la difficulté de mise en œuvre par manque d'un professeur titulaire en langue.

Recrutement, passerelles et dispositifs d'aide à la réussite

Le master accueille des étudiants d'horizons divers (licence *Information communication* ou *Activité et technique de communication*, licence *Lettres* ou *Arts*, licence *Sciences de gestion*, écoles d'ingénieurs). Cette diversité vise à mutualiser les connaissances entre les étudiants.

Un tableau permettant d'apprécier ces horizons avec des éléments concrets aurait été bienvenu. Un dispositif de mise à niveau ou de dispense est proposé selon les profils des étudiants recrutés. Mis à part cet aspect, peu d'éléments permettent d'apprécier et de renseigner cette rubrique.

Si l'on considère la diversité des compétences d'expertises visées par le diplôme, on peut s'interroger sur les modalités d'acquisitions individuelles équilibrées de l'ensemble de ces compétences, sachant qu'aucun élément sur ces aspects n'est apporté dans le dossier.

Modalités d'enseignement et place du numérique
L'enseignement est pour l'instant dispensé en formation initiale et présentielle. Au-delà de la nécessaire réflexion/réflexivité sur le numérique et la pratique des outils numériques dont ne pourrait se passer la formation, les ressources pédagogiques en ligne sont essentiellement celles proposées par l'établissement. On pourrait s'attendre à davantage d'innovation étant donnée la nature de la filière : cela reste à imaginer. Un soutien financier à la formation (bonus qualité formation) pour la mise à jour des équipements (achat de licence de logiciels) serait nécessaire si le besoin s'en fait sentir. Là encore, de fait, les intentions sont louables mais en avance sur la réalité de la formation, et l'efficacité ne peut être immédiate, ou, en tout cas pour l'instant, aucun élément ne permet d'en juger objectivement.
Evaluation des étudiants
Le dispositif est classique pour ce type de formations, mais solide et efficace. L'évaluation est réalisée en contrôle continu à travers des exercices variés : devoirs sur table, restitutions individuelles ou collaboratives écrites ou orales, productions numériques. Un travail d'amélioration (préparation à la soutenance et simulations d'entretiens) est proposé dans le dossier. Il reste à le mettre en œuvre. Celui-ci ne peut être qu'encouragé.
Suivi de l'acquisition de compétences
Ce point est peu développé et les éléments restent obscurs. Par exemple le lien entre la recherche, les projets appliqués et les « méthodes digitales d'analyse d'activité et d'usage » évoquées mais non détaillées pourrait être développé dans le dossier. Toutefois, trois principes clefs sont énoncés : Les étudiants disposent d'un référent tout au long de leur formation. Les stages sont préparés et suivis individuellement avec l'équipe pédagogique. Les étudiants sont régulièrement mis en situation managériale. Au-delà de ces principes, aucun élément descriptif : exemples ou supports de compte rendu n'étaye de façon concrète les modalités ou la réalité même de ces principes pourtant intéressants.
Suivi des diplômés
Seul le taux d'insertion fournis par l'enquête ORESIPE : 7 insérés sur 10 diplômés sur les 12 inscrits en M2 en 2014-2015 est actuellement disponible sur cet aspect. Aucune autre donnée quantitative ni qualitative sur les postes ou missions ne permet d'évaluer la situation post diplôme. Le réseau d'anciens est encore en gestation car la formation est jeune. Il existe un groupe <i>LinkedIn</i> avec veille informationnelle partagée, une <i>mailing list</i> et un réseau social. Une réflexion sur la mise en place et la gestion d'outils pérennes de maintien de contact sera à mener. La simple exploitation de ces éléments devrait permettre une collecte et une diffusion d'informations très efficaces pour la notoriété de cette formation, notamment par des experts de l'information et de la communication.
Conseil de perfectionnement et procédures d'autoévaluation
Peu d'éléments ont permis d'apprécier ce critère. Le Conseil de perfectionnement s'est constitué (procès-verbal en annexe) mais pas d'indications supplémentaires excepté la mention d'une réunion prévue en septembre 2016. L'accent est mis sur l'existence d'un dialogue permanent entre les étudiants et l'équipe pédagogique. Toutefois, aucun élément n'est fourni sur ce conseil, ni sur ce dialogue, leurs modalités, leurs déroulements ou leurs conclusions, ni sur les mesures prises en conséquence.

Conclusion de l'évaluation

Points forts :

- Une formation solide, bien structurée, en phase avec le contexte sociétal.
- Un appui recherche et un positionnement théorique pertinent et fondamental.
- Un secteur de pointe, porteur dans le contexte actuel, en termes de débouchés.

Points faibles :

- Une formation jeune qui doit asseoir sa renommée en local, régional, national et international.
- L'absence de filière « information communication » en tant que telles (hors institut universitaire de technologie - IUT) à l'UHA, notamment en licence.
- Une dimension opérationnelle et professionnalisante non étayée dans le dossier.
- L'absence quasi totale d'éléments objectifs de résultat.

Avis global et recommandations :

La réflexion stratégique préalable et les éléments fondateurs de la formation sont remarquables et très efficacement mis en avant. La formation est bien structurée mais doit se valoriser et construire, rendre visible son originalité dans un secteur hautement concurrentiel. Elle devrait pouvoir s'appuyer sur un cursus plus complet partant de la première année de licence qui pourrait permettre d'attirer et de fidéliser les étudiants.

Les aspects tactiques et les moyens théoriquement développés sont très logiques et équilibrés.

La faiblesse des flux d'entrée combinée à la localisation très spécifique des partenariats et débouchés, ainsi qu'à l'ampleur de l'ambition des compétences de sortie font qu'il y a vraisemblablement pour le moment un fossé entre l'intention et la réalité. Ce point devrait être travaillé.

Il faudrait absolument :

- Etre plus pragmatique et objectif sur les constats.
- Vérifier les situations post formation (suivis des diplômés, recensement systématique des terrains et lieux de recrutement).
- S'assurer de la réalité, de la maîtrise et de l'efficacité des éléments tactiques annoncés (partenariats, niveaux de missions et stage...).
- Développer la dimension pilotage opérationnel.

Enfin, sur le plan de la stratégie de l'établissement, la formation devrait pouvoir s'appuyer sur une licence *Information communication* à part entière, généraliste. L'établissement pourrait faire le choix d'ouvrir une offre plus complète dans la discipline.

Observations de l'établissement

OBSERVATIONS A PROPOS DU RAPPORT D'ÉVALUATION HCERES

Master INFORMATION ET COMMUNICATION

Nous remercions les évaluateurs de l'HCERES pour l'attention portée au dossier d'évaluation ainsi que pour les suggestions formulées qui nous seront utiles pour la construction de la nouvelle offre de formation. Nous avons le plaisir de vous transmettre nos observations pour les points nous semblant appeler un complément d'informations.

Le Master Information et Communication spécialité Communication et Edition Numérique est proposé depuis 2013 au sein de l'Université de Haute Alsace. Le département Information Communication coordonne également une troisième année de licence ainsi que deux parcours au niveau M2, un M2 Communication et Edition Numérique et un parcours Médias Numériques, au sein du Master Management de projets géré par le département de Management. Il est à noter, qu'à la rentrée 2017, un troisième parcours M2 « Communication scientifique » s'ajoutera à cette offre, cohabilité avec l'Université de Strasbourg.

Il s'agit d'une formation jeune, ce qui explique l'absence d'un certain nombre de données quantitatives concernant notamment les partenariats ou l'insertion des diplômés. Cependant, le nombre de candidatures reçues cette année confirme le constat d'une attractivité en développement. Par ailleurs, nous pouvons insister sur le fait que, suite à des remarques formulées en conseil de perfectionnement par les représentants étudiants, le projet d'un réseau des anciens a été approuvé et est actuellement en cours de structuration sous la responsabilité d'un diplômé actuellement en poste en tant que chargé de communication dans un grand groupe de l'industrie chimique. Ce réseau permettra de disposer de données relatives aux postes occupés et à la zone géographique dans laquelle ce cursus permet aux étudiants d'être recrutés. Il est également possible d'en attendre une forme d'effet de levier, du fait que nos diplômés seront alors en mesure de promouvoir et de recruter nos étudiants actuels. L'allongement de la période de stage de M1, de 8 à 12 semaines maximum, a également été officialisé, suite aux échanges menés dans le cadre du conseil de perfectionnement.

L'hétérogénéité des étudiants représente un défi. A cet égard, l'extension de la filière mais également des mesures de mise à niveau peuvent être envisagées (semaine de pré-rentrée, summer school...). Le niveau des missions de stage est une de nos priorités et nécessite régulièrement des ajustements en concertation avec les entreprises afin de s'assurer d'un niveau équivalent « cadre », avec des responsabilités et missions en autonomie.

En ce qui concerne le contenu de la formation, les remarques formulées dans le rapport résonnent avec les constats que nous avons pu faire nous-mêmes. Nous signalons cependant qu'un professeur agrégé a été recruté entre temps, au sein de la faculté, pour faire face aux charges d'enseignements en langue vivante.

Par ailleurs, s'agissant de l'adossement à la recherche, nous insistons sur l'implication des étudiants dans les événements scientifiques organisés par le laboratoire CRESAT et le département Information Communication, associant régulièrement travaux scientifiques et mise en regard des pratiques



professionnelles. Ceux-ci représentent également une opportunité de développer des compétences à la fois pratiques, liées à la gestion d'un tel projet, et théoriques, à travers la production de comptes rendus textuels, audio ou vidéo nécessitant une maîtrise des concepts mobilisés par les experts en présence. Enfin, si elles ne sont pas explicitement mentionnées dans la maquette, nous précisons que les simulations d'entretiens sont bien mises en œuvre, notamment en M1.

L'évolution du paysage de formation, telle que le rapport la suggère est actuellement à l'étude afin de penser les filières de la Faculté des Sciences économiques, sociales et juridiques dans une plus grande cohérence. Nous prenons cependant note de la suggestion du rapport qui soutient une extension de la filière information-communication ainsi que la possibilité d'un futur recrutement afin d'étoffer l'équipe.

Nous vous prions de recevoir, nos très respectueuses salutations.

La Présidente,

Christine GANGLOFF-ZIEGLER



Université de Haute-Alsace

2, rue des Frères Lumière • F-68093 Mulhouse Cedex

Tél. : +33 (0)3 89 33 60 00

www.uha.fr

