



agence d'évaluation de la recherche  
et de l'enseignement supérieur

Section des Formations et des diplômes

# Rapport d'évaluation de la licence professionnelle



Communication institutionnelle  
corporate

de l'Université d'Evry-Val-  
d'Essonne - UEVE

Vague E – 2015-2019

Campagne d'évaluation 2013-2014



agence d'évaluation de la recherche  
et de l'enseignement supérieur

Section des Formations et des diplômes

*En vertu du décret du 3 novembre 2006<sup>1</sup>,*

- Didier Houssin, président de l'AERES
- Jean-Marc Geib, directeur de la section des formations et diplômes de l'AERES

---

<sup>1</sup> Le président de l'AERES « signe [...], les rapports d'évaluation, [...] contresignés pour chaque section par le directeur concerné » (Article 9, alinea 3 du décret n°2006-1334 du 3 novembre 2006, modifié).



# Evaluation des diplômes Licences Professionnelles – Vague E

Evaluation réalisée en 2013-2014

Académie : Versailles

Établissement déposant : Université d'Evry-Val-d'Essonne - UEVE

Académie(s) : /

Etablissement(s) co-habilité(s) : /

Spécialité : Communication institutionnelle corporate

Secteur professionnel : SP6-Communication et information

Dénomination nationale : SP6-1 Activités et techniques de communication

Demande n° S3LP150007589

## Périmètre de la formation

- Site(s) (lieux où la formation est dispensée, y compris pour les diplômes délocalisés) : UEVE, UFR Sciences de l'homme et de la société, 2 rue du Facteur Cheval à Evry.
- Délocalisation(s) : /
- Diplôme(s) conjoint(s) avec un (des) établissement(s) à l'étranger : Partenariat avec le département de communication de l'Université de Malaga, le département de communication de l'Université Galatasarai en Turquie.
- Convention(s) avec le monde professionnel : Partenariats avec des entreprises, des institutions, des associations professionnelles et des agences de communication.

## Présentation de la spécialité

La formation de licence professionnelle (LP) *Communication institutionnelle corporate* vise à former des personnes capables de prendre en charge la communication institutionnelle d'une entreprise ou d'une institution, en interne ou en agence conseil. Il s'agit de connaître et maîtriser des outils et des stratégies de la communication institutionnelle.

Les professionnels issus de la formation peuvent prétendre aux emplois suivants : chargé de communication, assistant de projet de communication, chargé des relations presse, chargé des relations publiques, attaché de presse, assistant d'actions événementielles, concepteur de la logistique d'événement.

La LP portée par l'Université d'Evry-Val-d'Essonne - UEVE s'inscrit majoritairement en continuité des BTS (62 %) et DUT (31 %) et pour une part minime en continuité des L2 (4 %) du domaine. Elle offre 560 heures de formation, dont la moitié sont assurées par des professionnels. Un volume de 90 heures est consacré au projet tuteuré et 12 semaines sont réservées au stage.

## Synthèse de l'évaluation

Le dossier est incomplet sur un certain nombre d'items, ce qui nuit à la compréhension globale du projet pédagogique et à sa bonne évaluation. Certaines questions restent sans réponse et aucune annexe n'est jointe au dossier.

Cependant, il est clair que les contenus pédagogiques sont en adéquation avec les besoins du métier. La moitié des heures d'enseignement sont assurées par des professionnels, ce qui dépasse largement les recommandations de l'arrêté du 17 novembre 1999. Cette formation est bien construite au vu des métiers visés. Les objectifs de la formation sont clairs, le contenu de la maquette pédagogique est en cohérence avec les objectifs fixés. L'équipe pédagogique est composée de six enseignants de l'établissement, deux PAST de l'université, trois enseignants internationaux et huit professionnels. Les membres de l'équipe pédagogique participent à toutes les réunions du programme, aux deux jurys semestriels et au conseil de perfectionnement. Les partenariats signés avec le monde professionnel sont intéressants, ils permettent l'intervention d'acteurs de qualité, reconnus sur leur marché.

En revanche, le nombre d'heures consacrées aux projets tuteurés est faible (86 heures, soit 15 % du volume de la formation) et en deçà des 25 % recommandés. Dans le même ordre d'idées, le nombre de semaines dévolues au stage est de 12. C'est un minimum, mais aujourd'hui les entreprises souhaitent des stages plus longs (6 mois). Le nombre d'heures consacrées à l'enseignement de l'informatique et des NTIC, compétences indispensables à l'exercice du métier, est très satisfaisant (25 % du total), mais les logiciels étudiés (Dreamweaver) ne sont souvent plus du tout utilisés dans le milieu professionnel. Enfin, le nombre d'heures dédiées aux modules de « communication corporate » (intitulé précis de la LP) reste faible par rapport à d'autres modules traitant notamment du management, certes essentiels mais moins opérationnels.

Les modalités de contrôle répondent aux objectifs de la formation : elles prennent en compte les notes obtenues pour les études de cas réalisées en TD et les notes obtenues au partiel sur copie anonyme.

La formation semble s'ouvrir à l'international grâce à des interventions d'enseignants-chercheurs internationaux ainsi que des participations aux programmes Erasmus et des échanges avec des universités en Espagne, au Mexique et au Québec. Mais, là aussi, il serait bon d'aller plus loin, notamment pour améliorer les chances de trouver un emploi à l'étranger.

Selon l'enquête DGESIP, le taux d'insertion professionnelle est d'environ 47 % pour 2008, 2009 et 2010. Ce dernier chiffre est insatisfaisant pour une LP qui est conçue dans un objectif d'insertion professionnelle. Il a cependant le mérite de rester stable, ce qui est déjà une performance dans le contexte économique actuel et dans un secteur touché par la crise.

### ● Points forts :

- L'une des seules licences de communication corporate.
- Les liens avec le monde professionnel : forte proportion d'étudiants en apprentissage, partenariats avec le monde professionnel, équipe pédagogique, etc.
- La volonté de commencer à internationaliser la formation grâce aux 24 heures d'enseignement dispensées par trois enseignants-chercheurs internationaux et la présence de partenariats et d'échanges avec l'Espagne, le Mexique et le Canada.

### ● Points faibles :

- L'insertion professionnelle insatisfaisante (47 %).
- Les poursuites d'études trop importantes (40 % des étudiants diplômés de la LP).
- L'insuffisance de modules centrés sur des sujets purement « corporate ».
- Le stage et le projet tuteuré trop courts.
- Un dossier peu développé et incomplet.

### ● Recommandations pour l'établissement :

Il conviendrait de :

- Mettre la licence en conformité avec les textes de référence sur les aspects non conformes.
- Prévoir de consacrer plus d'heures de cours au module « communication corporate » (moins de 30 heures pour le 1<sup>er</sup> semestre), élément central de la LP, qui devrait être plus présent et enrichi de cas concrets.
- Se donner comme objectif prioritaire l'amélioration de l'insertion professionnelle de cette LP avec, dans cette perspective, différentes actions à entreprendre, notamment :
  - Améliorer encore les liens avec le monde professionnel (conventions avec des entreprises et des agences, stage plus long, rapport tuteuré plus complet) et privilégier l'apprentissage.
  - S'ouvrir à l'international de façon plus importante.
  - Prévoir un entretien supplémentaire avec un professionnel, lors du recrutement, afin de vérifier la capacité du candidat à intégrer le marché du travail à l'issue de l'obtention de la LP.



# Observations de l'établissement



Evry, le 30 avril 2014

Affaire suivie par :  
Direction des Etudes et de la Vie Etudiante

**L'administrateur Provisoire de  
l'Université d'Evry Val d'Essonne**

**A**

**Jean-Marc GEIB  
Directeur de l'Agence d'Evaluation de la  
Recherche et de l'Enseignement Supérieur  
Section des Formations et des Diplômes**

**Objet :** Evaluation des licences professionnelles vague E  
**Réf AERES :** S3LP150007589

Nous avons pris connaissance avec le plus grand intérêt de votre rapport concernant la licence professionnelle spécialité « communication institutionnelle corporate ». Nous tenons à remercier l'AERES pour l'efficacité et la qualité du travail d'analyse qui a été conduit.

Ce rapport a été transmis au responsable de ce diplôme et au directeur d'UFR concernés, qui nous ont fait part en retour de leurs commentaires que vous trouverez ci-joint.

Nous espérons que ces informations vous permettront de bien finaliser l'évaluation des formations de l'Université.

**L'administrateur provisoire  
de l'Université d'Evry  
Val d'Essonne**

**Michel GUILLARD**



Bd François Mitterrand  
91025 Evry Cedex  
Tél. 01 69 47 70 00/78 00  
Fax. 01 69 47 70 07

## EVALUATION DES DIPLOMES LICENCES PROFESSIONNELLES VAGUE E

<b>Observations</b>	
Secteur professionnel	SP6 - Communication et information
Dénomination nationale	<b>SP6-1 Activités et techniques de communication</b>
Spécialité	<b>Communication institutionnelle corporate</b>
Demande n°	<b>S3LP150007589</b>
Responsable de mention	Lyliane SENS

### Réponse aux critiques émises par l'AERES

Dans le cadre d'une récente évaluation vous m'avez fait part de remarques concernant certains aspects du contenu de la licence professionnelle communication institutionnelle, corporate, notamment sur six points auxquels je me propose d'apporter des précisions.

Ouverte en 1994, la licence communication institutionnelle, corporate a suivi les évolutions des métiers de la communication afin de fournir aux étudiants une adéquation entre les cours dispensés et les besoins professionnels tout en répondant aux demandes ministérielles.

#### Le stage conventionné

En formation initiale les modalités du stage conventionné en entreprise ou institution répondent aux normes ministérielles : 12 à 16 semaines. (arrêté du 17 novembre 1999)

Les étudiants en formation initiale ont l'obligation de faire un stage d'une durée de 12 semaines minimum à 16 semaines. En moyenne 20% d'étudiants choisissent une durée de 14 à 16 semaines, 1% demandent et obtiennent une extension de convention pour un stage de 6 mois car cette durée correspond plus logiquement au Master.

#### Le projet

**Ce projet est inscrit dans l'unité d'enseignement 8 : activités professionnelle : 114 heures**

Le projet tuteuré comprend 86 heures encadrées et les cours de méthodologie 28 heures s'appliquent au mémoire professionnel et au projet conjointement. En plus, une journée hebdomadaire est laissée libre de cours afin que chaque équipe établisse les contacts, les prises de rendez-vous, les recherches nécessaires pour la conduite du projet.

Le module relations prestataires 14 heures est un complément au projet. Ceci permet aujourd'hui grâce à nos partenaires d'offrir à nos étudiants une véritable activité de business-project pour des associations, des ONG.

#### **La communication corporate comprend : 99h30 heures de cours**

- communication corporate comprend 21 heures de cours et d'études de cas, auxquels s'additionnent :
  - deux conférences de 3h30 sur la communication de crise, le Mécénat et le fundraising.
- La communication financière : 17h30 - les outils de la communication corporate : relations presse (14h), relations publiques (14h), l'événementiel (17h30)

Il est vrai que l'intitulé des titres des UE 3 ET UE 6 qui pourraient donc être complétés ainsi :  
Communication corporate et management

### **L'ouverture à l'international**

C'est une véritable chance pour nos étudiants en formation initiale d'être dans une classe intégrant des étudiants internationaux qui enrichissent leurs regards et nos pratiques professionnelles et éveillent leur intérêt pour d'autres pays et les incitent à envisager des stages à l'étranger

Aussi chaque année j'optimise le recrutement des étudiants internationaux en formation initiale (de 20% à 30%) toutefois cela est difficile, voire impossible en formation en alternance.

Aujourd'hui des nouveaux partenariats sont actifs avec les universités de Chine, d'Algérie, du Sénégal, de Madagascar et des partenaires de Nouvelle Calédonie... A terme l'équipe réfléchit à l'organisation d'un voyage professionnel pour les étudiants comme cela avait été réalisé en 2010 pour la destination Shanghai (visites des entreprises, rencontres avec les professionnels de la communication corporate, sensibilisation à la culture, etc....)

Notre espoir est de voir nos étudiants devenir moins frileux pour envisager en plus des stages une véritable expérience professionnelle à l'international.

### **L'amélioration de l'insertion professionnelle**

Le taux d'insertion de 47% des étudiants diplômés correspond à 40% de réponses aux sondages, 60% ne répondent pas. Ce taux est à reconsidérer car si seuls 40% des étudiants contactés répondent. Beaucoup s'inscrivent sur Viadeo et cela nous permet de suivre leur évolution professionnelle et faire évoluer le chiffre à 57%.

L'étude que nous avons conduite nous donne quelques explications à cette situation : les entreprises souhaitent de plus en plus garder 2 ans ou 3 ans les alternants et certaines les incitent à des poursuites d'études, et les formations universitaires de communications sont de plus en plus ouvertes aux diplômés de licence professionnelle. Cependant avec les professionnels de la formation nous réfléchissons lors de réunions à toutes les possibilités pour insérer les diplômés dans le monde du travail.

### **La formation en apprentissage**

Chaque année 50 à 65 étudiants sont inscrits en apprentissage. Depuis 10 ans nous avons des entreprises et institutions qui sont devenues nos partenaires. D'autres nous rejoignent et nous n'avons pas de difficulté particulière pour signer les contrats en alternance. Cette formation en alternance se développe sans aller au-delà d'un nombre raisonnable pour confirmer un meilleur placement en entreprise.

Je remercie les évaluateurs pour ces critiques constructives que nous prenons en compte pour faire évoluer cette formation en étant très attentifs aux conseils et en recherchant des actions correctives pour atteindre l'excellence.

Lyliane SENS, responsable pédagogique de la licence professionnelle communication institutionnelle, corporate.