



Agence pour l'Evaluation de
la Qualité de l'Enseignement Supérieur

Evaluation du cursus « Marketing » 2010-2011

RAPPORT FINAL DE SYNTHÈSE

Institut Supérieur de Formation Continue d'Etterbeek (ISFCE)

Comité des experts :
M. Jean TONDEUR, président
M. Bernhard ADRIAENSENS, M. Laurent ARNONE,
Mme Marianne POUMAY.

14 juin 2011

INTRODUCTION

Le comité des experts, mandaté par l'Agence pour l'Évaluation de la Qualité de l'Enseignement Supérieur (AEQES), a procédé à la visite de l'Institut Supérieur de Formation Continue d'Etterbeek (ISFCE) les 27 et 28 janvier 2011. Le présent rapport rend compte des conclusions auxquelles sont parvenus les experts après la lecture du rapport d'autoévaluation rédigé par l'entité et à l'issue de leurs auditions et des observations qu'ils ont pu faire *in situ*.

Note de contexte : le comité des experts s'est retrouvé face à l'évaluation d'un bachelier en cours de mise en œuvre¹, ce qui limite la portée de l'analyse mais par ailleurs facilite l'implémentation d'actions puisque la réalisation du nouveau programme n'est pas encore complète. Tout au long de ce rapport, il faudra tenir compte de cet élément. Le comité des experts suppose que les propositions de recommandations seront d'autant plus aisées à étudier et à implémenter dans un temps réduit.

Tout d'abord, les experts tiennent à souligner la parfaite coopération des autorités académiques concernées à cette étape du processus d'évaluation externe. Ils désirent aussi remercier les enseignants, les étudiants, anciens et actuels, les membres du personnel administratif et technique qui ont participé aux entrevues et qui ont témoigné avec rigueur et éthique de leur expérience. Les experts ont donc pu travailler dans les meilleures conditions possibles de confort matériel et de liberté intellectuelle.

Le présent rapport passe en revue, en regard des chapitres qui suivent, les points forts et les points d'amélioration que les experts ont cru pouvoir identifier ; il reprend également les recommandations que les experts ont formulées.

¹ 2008-2009 servait d'année de référence à l'évaluation interne, année au cours de laquelle seul le premier niveau du bachelier se déroulait. Au moment de la visite, le dernier niveau du bachelier venait de débiter.

EN SYNTHÈSE

Sur le plan stratégique, l'ISFCE doit encore définir une vision claire de l'avenir de sa section marketing.

Pour ce faire elle devra fixer des priorités à court et moyen terme et avoir l'audace de traduire ces priorités en plan d'action.

Pour mener cette tâche à bien tout en consolidant les actions déjà entreprises, elle devra s'appuyer sur la dynamique créée par la démarche qualité, qui doit fédérer et mobiliser toutes les parties prenantes, en lui donnant des suites et en concrétisant l'analyse qui a été menée.

L'ouverture au monde extérieur devrait constituer une priorité pour l'ISFCE, afin de fournir dans le futur une formation qui réponde aux évolutions des besoins de toutes les parties prenantes, dans un monde en changement permanent.

Enfin, L'ISFCE doit intensifier sa réflexion sur l'équilibre général du programme de bachelier en marketing, entre autres sur la base d'une coordination renforcée entre les enseignants devant déboucher sur une intégration des matières vers la notion de compétences, une mise en œuvre du système ECTS, un projet de généralisation des méthodes d'évaluation formative.

Présentation de l'institution

L'ISFCE, situé à Etterbeek et créé en 1937 sous la dénomination « Institut Ernest Richard » par la Commune d'Etterbeek, organise des cours du jour et du soir de niveau secondaire inférieur, secondaire supérieur et supérieur.

Dans le cadre de l'enseignement supérieur de type court de promotion sociale, il organise trois bacheliers : informatique de gestion, comptabilité et marketing.

Il propose également des formations en langue : Anglais, Espagnol, Français et Néerlandais, de l'unité de formation (UF) 1 à l'UF 7 et des formations en Dactylographie et en Secrétariat de Direction.

Les études de promotion sociale organisées par l'ISFCE dans le domaine du marketing débouchent sur l'obtention du titre de bachelier en Marketing.

Les locaux de l'ISFCE abritent également une a.s.b.l., Update Center, qui dispense des formations en informatique et en langues.

L'ISFCE relève du Conseil des Pouvoirs Organisateurs de l'Enseignement Officiel Neutre Subventionné (CPEONS). Son pouvoir organisateur est la Commune d'Etterbeek.

PRINCIPALES FORCES RECONNUES

- 1 Premier point à relever, la qualité documentaire du rapport d'autoévaluation (RAE) permet de se forger une bonne idée du contexte dans lequel se meut l'ISFCE et des forces et faiblesses de l'institut. Le rapport est correctement structuré et aborde l'ensemble des dimensions de la vie de l'établissement.
- 2 On peut néanmoins regretter le caractère parfois sommaire de la ligne stratégique, des projets et des propositions qui ne sont pas suffisamment traduits en plans d'action.
- 3 Une coordonnatrice interne a été désignée par la direction en avril 2009. Elle travaille en collaboration avec les agents qualité du réseau CPEONS. La commission d'évaluation interne (CEI) restreinte s'est régulièrement réunie.
- 4 Les représentants étudiants, ainsi que les autres parties prenantes internes, ont été informés de l'élaboration du RAE, pendant le processus de rédaction et lors de la relecture du rapport.

PRINCIPAUX POINTS D'AMELIORATION DETECTES

- 1 La démarche qualité est encore embryonnaire.

[Droit de réponse de l'établissement](#)

- 2 Le RAE pêche encore par un manque de plans de mise en œuvre des projets qu'il évoque.
- 3 Les différentes pistes envisagées ne sont pas hiérarchisées ni planifiées dans le temps.

[Droit de réponse de l'établissement](#)

- 4 La réactivité des étudiants a été très faible, et les questionnaires qui leur ont été adressés n'ont pas reçu de réponses. Pour ce qui concerne les enseignants, il est à noter que certains d'entre eux ont manifesté une réticence à s'investir dans une activité parfois perçue comme une tâche administrative supplémentaire.

- 5 Le travail qui a mené à la rédaction du RAE ne semble pas avoir pris en compte la consultation de représentants du monde socio-économique, à l'exception des professeurs professionnellement impliqués à l'extérieur de l'établissement. Ce même manque a été constaté lors des entretiens.
- 6 La stratégie générale et le positionnement de l'ISFCE sont encore insuffisamment lisibles.

RECOMMANDATIONS

- 1 Le comité d'experts propose que l'ISFCE mette à son agenda la nécessité de construire une vision de ce qu'il souhaite représenter dans un horizon de 3 à 5 ans, en termes qualitatifs et quantitatifs.
- 2 La participation des étudiants et du monde extérieur à la démarche qualité doit être suscitée et favorisée plus qu'elle ne l'est aujourd'hui.
- 3 Un véritable plan d'action doit être élaboré, basé sur une hiérarchie des priorités (selon les critères d'importance et d'urgence), assorti d'indicateurs concrets, mesurables et planifiés dans le temps et pilotés par des responsables de projets comptables de l'avancement des travaux.

CHAP 2 : Les programmes d'études

PRINCIPALES FORCES RECONNUES

- 1 Une grande majorité des étudiants rencontrés mettent en exergue l'excellence des enseignements délivrés dans le cadre du bachelier en Marketing de l'ISFCE.
- 2 Le rapport avec les professeurs est très apprécié : encadrement, proximité, disponibilité des enseignants, etc.
- 3 Les enseignements sont dynamisés par l'expérience de terrain de plusieurs professeurs praticiens de la spécialité et par l'utilisation d'exemples et d'illustrations actualisés.
- 4 Les enseignants sont ouverts et conscients des faiblesses éventuelles de leurs enseignements et disposés à chercher des pistes pour améliorer leurs pratiques.
- 5 L'ISFCE dispose d'un important potentiel de lieux de stage de qualité.
- 6 La coordination des stages avec les entreprises est bien assurée par le corps enseignant, même si de nombreux contacts restent informels.
- 7 L'établissement a participé avec succès à l'activité START ACADEMY. Cette activité est très appréciée des étudiants y ayant participé.
- 8 Dans un certain nombre de cours (surtout aux niveaux 2 et 3), des travaux de groupes sont organisés et permettent une mise en œuvre concrète des apprentissages et un travail collaboratif.
- 9 Le dispositif d'encadrement des stages et de l'épreuve intégrée est soigné, avec un système de suivi et de relecture, des échéanciers bien structurés permettant une utile clarification des tâches.

PRINCIPAUX POINTS D'AMELIORATION DETECTES

- 1 Il n'existe pas de projet pédagogique propre à l'établissement. La mise en œuvre des nouveaux programmes a peu (ou n'a pas) fait l'objet d'une concertation formalisée entre les enseignants.
- 2 La concertation forte entre les enseignants, indispensable au développement et l'évaluation de compétences, n'a pas été mise en place.

[Droit de réponse de l'établissement](#)

- 3 Le comité des experts a dû constater un manque flagrant de stabilité dans l'attribution des enseignements, qui peut s'expliquer par des raisons organisationnelles, mais qui est déploré par beaucoup d'enseignants rencontrés. Cette rotation entrave l'appropriation des nouveaux programmes et la mise en place d'activités transversales intégrées.

[Droit de réponse de l'établissement](#)

- 4 L'évaluation des stages et de l'épreuve intégrée est peu formalisée et ne vise pas spécifiquement les compétences.

- 5 Il ne semble pas que l'intégration des concepts et outils du E-Marketing aient fait l'objet d'une approche concertée entre les professeurs de la spécialité afin de les intégrer dans les enseignements, par exemple sur la base des 20 % d'autonomie laissés au pouvoir organisateur dans l'établissement de la grille horaire
- 6 Le comité des experts n'a pas vu, dans les documents mis à sa disposition, de fiche UF complétée.
- 7 Le comité des experts a dû constater que le monde professionnel participait peu aux activités d'enseignement (peu ou pas de conférenciers invités, peu ou pas de visites de foires et salons professionnels, etc.)

[Droit de réponse de l'établissement](#)

RECOMMANDATIONS

- 1 Le comité des experts suggère la mise en place d'un système structurel de concertation et de soutien pédagogiques et d'intégration des matières (au sein de l'établissement et au niveau de l'enseignement de promotion sociale) en utilisant (par exemple) les compétences spécifiques de certains professeurs dont c'est la spécialité.

[Droit de réponse de l'établissement](#)

- 2 Afin d'assurer une meilleure coordination entre les professeurs, des rencontres régulières sous la supervision d'un coordinateur pédagogique permettraient tant au niveau des enseignements spécifiques au marketing que pour ce qui concerne les cours généraux de s'assurer de la complémentarité des enseignements et des grands équilibres (entre théorie et pratique par exemple).

[Droit de réponse de l'établissement](#)

- 3 Les méthodes pédagogiques pourraient utiliser, dès le début de la formation, des activités intégratrices qui permettent de développer progressivement les compétences attendues à l'issue de l'épreuve intégrée (par exemple : des travaux d'étudiants sur des études de cas regroupant les compétences visées par plusieurs UF, l'utilisation d'un quota de périodes pour des activités impliquant plusieurs professeurs, etc.).
- 4 Le comité des experts suggère également d'utiliser la mise en œuvre du système ECTS comme opportunité pour déclencher une réflexion sur les méthodes pédagogiques et l'équilibre entre les travaux en présentiel et en non-présentiel.
- 5 Le comité des experts propose de mener une réflexion de fond sur l'attribution des cours sur base, par exemple, de la constitution de « clusters » cohérents d'enseignements.
- 6 Il suggère également de procéder à l'élaboration de stratégies de décloisonnement des enseignements, le cas échéant en collaboration avec d'autres établissements.

[Droit de réponse de l'établissement](#)

- 7 Le comité des experts recommande enfin d'assurer une distribution systématique des fiches UF complétées, en début de chaque syllabus.

CHAP 3 : Vie étudiante

PRINCIPALES FORCES RECONNUES

- 1 Les professeurs, de l'avis de toutes les parties prenantes, se montrent très disponibles envers les étudiants.
- 2 La possibilité de suivre une partie du cursus en jour est très appréciée par une partie de la population étudiante.
- 3 Les étudiants apprécient dans leur ensemble la philosophie interactive et pragmatique des enseignements du bachelier en Marketing.
- 4 Les étudiants sont dans l'ensemble enthousiastes et motivés et nombre d'entre eux manifestent une volonté de s'impliquer dans l'avenir de l'institution.
- 5 L'atmosphère qui règne à l'ISFCE est familiale et conviviale.

PRINCIPAUX POINTS D'AMELIORATION DETECTES

- 1 Certains étudiants regrettent que les cours du jour ne soient organisés que pour les UF de premier niveau.
- 2 L'accessibilité aux séjours de type Grundtvig n'existe pas, selon certains étudiants interrogés, qui le regrettent.
- 3 Les classes sont parfois surpeuplées, en particulier pour certains cours de langues et en début de cursus.

[Droit de réponse de l'établissement](#)

- 4 La durée des stages est considérée comme insuffisante par certains étudiants.

[Droit de réponse de l'établissement](#)

- 5 Il n'existe pas d'intégration par les pairs, comme par exemple un système de tutorat.

[Droit de réponse de l'établissement](#)

- 6 La constitution de réseaux professionnels n'est ni favorisée ni suscitée par l'ISFCE. Il n'existe pas d'association de diplômés de l'établissement.
- 7 L'utilisation de syllabi clairs et structurés n'est pas généralisée. Certains syllabi sont disponibles sur la plateforme *Claroline*, mais en très faible nombre.
- 8 Le comité remarque que certains syllabi se présentent sous la forme de notes manuscrites proposées par l'enseignant. Sous cette forme, les supports manquent du professionnalisme qui pourrait être attendu d'un enseignement de niveau bachelier. Cette situation est entre autres raisons une des conséquences dommageables des très nombreux changements d'attribution de cours.
- 9 Le référencement des notions et des citations n'est pas systématique dans les syllabi. Certains syllabi mis à la disposition du comité des experts ne comportent pas, au-delà de la bibliographie, de référence et de notes de bas de page (en contravention avec les règles sur le droit des auteurs).

Le comité des experts suggère à l'ISFCE d'étudier les pistes d'actions suivantes :

- 1 Evaluation de la faisabilité de l'élargissement du nombre des cours ou UF organisés en journée.

[Droit de réponse de l'établissement](#)

- 2 Proposition de séjours de type Grundtvig et/ou de co-diplomation avec l'étranger et/ou la Communauté flamande.
- 3 Audit des fréquentations des cours (en particulier dans le domaine des langues) et évaluation de la faisabilité de dédoublements quand ceux-ci s'imposent pour des raisons pédagogiques.

[Droit de réponse de l'établissement](#)

- 4 Examen des possibilités de regroupement des périodes de stages et de leur organisation en période de congés scolaires si cela est administrativement possible.
- 5 Facilitation de la mise en place d'une association d'*alumni* par l'ISFCE et ouverture aux diplômés des réseaux professionnels existants (chambres économiques, de commerce, etc.).
- 6 Mise en place d'un système de tutorat à l'intention des nouveaux étudiants entrants.

[Droit de réponse de l'établissement](#)

- 7 Certains professeurs proposent leur syllabi sur leur site internet personnel (sans lien avec *Claroline* et l'ISFCE). Si ce mode de diffusion ne pose pas de problème en soi, il pourrait être recommandé, si l'ISFCE opte pour une politique institutionnelle de déploiement de l'e-Learning, de centraliser les syllabus sur la plateforme *e-Learning* de l'établissement ou en tout cas de proposer depuis la plateforme institutionnelle (point d'entrée unique pour l'étudiant) des liens systématiques vers les sites de cours externes des enseignants.
- 8 Certains témoignages (notamment en deuxième et troisième niveaux) soulignent néanmoins que la mise à la disposition de syllabi plus structurés améliorerait la qualité de l'enseignement à l'ISFCE.
- 9 Le comité des experts propose une uniformisation de la forme des supports de cours ainsi que la mise en conformité de ceux-ci aux règles en usage en matière de référencement et de citations des sources.

CHAP 4 : Les ressources

PRINCIPALES FORCES RECONNUES

- 1 La direction se montre particulièrement attentive aux équilibres financiers de l'établissement et est proactive dans ce domaine, notamment par le biais de nombreux partenariats institutionnels dynamiques (Actiris, Centre de formation CEFORA, etc.).

Droit de réponse de l'établissement

- 2 L'ISFCE a pris et continue à prendre des accords avec un certain nombre de partenaires (e.a. privés) afin d'équiper les locaux en matériels pédagogiques et mobiliers.
- 3 L'équipe administrative, technique et ouvrière est organisée et compétente.
- 4 Le site web a été réaménagé en 2010 et l'établissement dispose d'une personne formée pour le faire évoluer.
- 5 Le nombre de professeurs praticiens du monde socio-économique est important et contribue à conférer au bachelier son aspect pragmatique et opérationnel.

PRINCIPAUX POINTS D'AMELIORATION DETECTES

- 1 Le nombre d'étudiants assistant à certains cours est excessif (entre autres pour ce qui concerne les UF langues) et atteint parfois la cinquantaine, ce qui freine l'interactivité.

Droit de réponse de l'établissement

- 2 L'utilisation des logiciels d'études de marché a été interrompue suite au passage vers le bachelier. Il faudrait rapidement proposer un certain nombre de logiciels de ce type.
- 3 L'*e-Learning* est peu utilisé, il est le fruit d'initiatives individuelles et son exploitation ne semble pas envisagée à un niveau institutionnel.

RECOMMANDATIONS

- 1 Le comité des experts propose d'intégrer l'utilisation des logiciels spécialisés dans les cours de statistiques et d'études de marché.

Droit de réponse de l'établissement

- 2 Il suggère également de mener une réflexion quant à l'intégration de l'*e-learning* dans la batterie d'outils pédagogiques utilisés par l'ISFCE.
- 3 La faisabilité de ces investissements pourrait être évaluée dans le cadre de partenariats avec d'autres établissements ayant les mêmes besoins.
- 4 L'organisation de certains cours doit être réétudiée afin d'éviter, tant que faire se peut, des classes surchargées interdisant toute utilisation de méthodes interactives, particulièrement recommandées dans certains enseignements (e.a. l'apprentissage des langues).

CHAP 5 : L'entité dans son contexte

PRINCIPALES FORCES RECONNUES

- 1 Des campagnes de communication régulières sont organisées par l'ISFCE (publicité dans le métro, toutes-boîtes, etc.).
- 2 L'ISFCE s'investit énergiquement dans des partenariats avec les organismes publics tels Actiris, etc.
- 3 La direction et certains enseignants s'impliquent dans des activités de relations publiques (e.a. participation aux activités de l'Association Progrès Management).
- 4 L'ensemble des personnels de l'établissement adhère fortement aux valeurs de l'enseignement de promotion sociale.
- 5 Les anciens étudiants témoignent de la bonne préparation que constituent les études de Marketing à l'ISFCE, tant pour la poursuite des études que pour la recherche d'emploi.

PRINCIPAUX POINTS D'AMELIORATION DETECTES

- 1 Le nom de l'établissement sous sa forme abrégée est imprononçable et donc peu porteur.

[Droit de réponse de l'établissement](#)

- 2 L'image et la notoriété de l'établissement sont faibles par rapport à la qualité reconnue par les étudiants et les personnes connaissant l'ISFCE.
- 3 Les contacts et liens avec le tissu socio-économique régional sont peu nombreux.
- 4 De même, les contacts et liens avec d'autres institutions d'enseignement laissent à désirer.

[Droit de réponse de l'établissement](#)

- 5 Il n'existe pas d'association d'anciens de l'ISFCE.

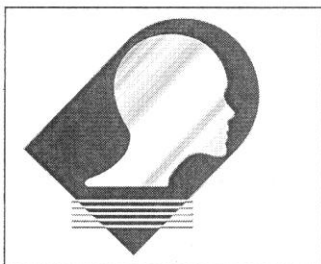
RECOMMANDATIONS

- 1 Afin de maximiser la notoriété et l'image, il y aurait lieu d'utiliser un maximum de modes de promotion de types « bouche-à-oreille » et témoignages.

[Droit de réponse de l'établissement](#)

- 2 L'organisation de *job days*, d'aides au recrutement, la participation à des colloques et congrès serait susceptible de mieux ancrer l'ISFCE dans son environnement.
- 3 Le comité des experts recommande de poursuivre l'amélioration du site internet, e.a. en utilisant des témoignages d'étudiants, de professeurs, d'entreprises, etc.
- 4 La politique d'image de l'ISFCE pourrait utilement s'appuyer sur l'enthousiasme des étudiants actuels et anciens.

- 5 Pour consolider l'intégration de l'ISFCE dans le tissu économique local, il y a lieu de renforcer les contacts avec l'extérieur en associant, à titre d'exemple et de manière consultative, les entreprises à l'actualisation du programme.
- 6 Des partenariats pourraient également être tissés avec les associations professionnelles.
- 7 L'ouverture internationale devrait également constituer pour l'ISFCE une question à envisager, peut être par le biais de l'accueil d'étudiants étrangers dans le cadre de programmes de type Grundtvig.
- 8 Il y aurait également lieu de formaliser et de structurer les contacts avec les diplômés et de favoriser la mise sur pied d'une association d'anciens qui pourrait jouer un rôle de levier en termes d'image et de notoriété.
- 9 Des partenariats académiques avec l'étranger et la Communauté flamande pourraient être envisagés et mis sur pied.



Droit de réponse de l'établissement évalué

Commentaire général éventuel :

Nous tenons à remercier le comité des experts ainsi que l'Agence pour le climat positif et constructif dans lequel s'est déroulée l'évaluation. Ce point de vue externe nous permettra d'améliorer notre manière de travailler afin d'optimiser nos atouts et combler nos lacunes.

L'établissement ne souhaite pas formuler d'observations de fond

Page	Chap.	Point ¹	Observation de fond
4	1	P.A. 1	Le développement de la démarche qualité nous semble honorable en regard des moyens disponibles et du calendrier des évaluations. En effet, la coordinatrice qualité de l'ISFCE n'est entrée en fonction qu'en avril 2009.
4	1	P.A. 3	Nous n'avions pas jugé utile de développer davantage ce point dans le rapport d'autoévaluation. Il est en effet prévu par le décret de la Communauté française que le plan de suivi détaillé soit consécutif à l'évaluation externe. Outre les pistes évoquées dans le rapport interne, nous nous appuyerons bien entendu sur les recommandations pertinentes et constructives du comité d'experts.
6	2	P.A. 2	La coordination pédagogique au sein de l'ISFCE existe dans une mesure proportionnelle aux moyens disponibles.
6	2	P.A. 3	Nous rappelons que les premières UF du bachelier ont été activées en 2009. Il était donc difficile de garantir des attributions stables ces deux dernières années en raison de l'ouverture progressive des nouveaux cours du bachelier et de la nécessité de garantir un horaire complet aux professeurs nommés en priorité.
7	2	P.A. 7	Le nombre d'activités impliquant le monde professionnel nous semble honorable eu égard aux moyens dont nous disposons, bien que nous poursuivions nos efforts pour les développer.
7	2	R. 1 et 2	Il n'existe malheureusement pas de moyens structurels permettant de réaliser ces recommandations.
7	2	R. 6	Une telle action n'est possible qu'en cas de concertation pédagogique formalisée pour laquelle nous ne disposons pas de moyens suffisants.
8	3	P.A. 3	Si certains cours ex-cathedra sont effectivement suivis par un nombre important d'étudiants, il n'en va pas de même des cours de langue.
8	3	P.A. 4	La modification de la durée des stages est du ressort de la Communauté française.
8	3	P.A. 5	Étant donné les moyens disponibles et les contraintes de vie de nos étudiants (responsabilités familiales et/ou professionnelles), l'instauration d'un tel système de tutorat nous semble peu réaliste.
8	3	R. 1	Une réflexion a déjà été menée en interne sur la possibilité de dispenser en journée les Unités de Formation de deuxième et troisième niveau. Nous sommes parvenus à la conclusion qu'une telle organisation n'était pas réalisable en pratique.

¹ Mentionner la rubrique (force, point d'amélioration ou recommandation) suivie du numéro précédant le paragraphe.

9	3	R. 3	Nous effectuons le dédoublement d'une UF lorsque cela s'avère possible. Si un dédoublement n'est pas organisé, c'est que les ressources de l'établissement ne le permettent pas.
9	3	R. 6	Idem 8-3-P.A. 5.
10	4	F. 1	Si les équilibres financiers de l'établissement sont pérennisés par des partenariats générateurs de ressources, il est important de signaler l'aide financière conséquente allouée à l'établissement par la Commune d'Etterbeek.
10	4	P.A. 1	Idem 8-3-R. 3.
10	4	R. 1	Contrairement aux dossiers pédagogiques des Unités de Formation de graduats, ceux du bachelier en Marketing ne requièrent pas l'utilisation de ces logiciels. Les professeurs estiment souvent que le nombre de périodes nécessaire pour atteindre les capacités terminales d'une UF donnée est supérieur à celui qui lui est attribué par le programme. Ils préfèrent de ce fait éviter de se disperser et n'abordent dès lors pas l'utilisation des logiciels spécifiques au marketing (qui ne pourraient qu'être enseignés superficiellement au détriment du reste de la matière).
11	5	P.A. 1	Des études et sondages auprès des composantes de l'établissement ont déjà été menés par le passé sans résultats probants. La recherche d'un nouveau nom pour l'établissement est en cours.
11	5	P.A. 4	Il faudrait définir ce que l'on entend par « autres institutions d'enseignement ». Il est exact que l'ISFCE n'entretient pas beaucoup de contacts avec l'enseignement supérieur de plein exercice. Par contre, la structure même de notre enseignement fait qu'une synergie avec les autres institutions de promotion sociale s'impose. Ainsi, la Commission sous-régionale de Bruxelles capitale est un bel exemple de collaboration efficace entre directions. Elle représente une plaque tournante pour l'échange d'informations et nous permet de mettre en commun nos expériences à tous niveaux.
11	5	R. 1	Selon nos enquêtes auprès de la population entrante, le « bouche-à-oreille », renforcé par une présence publicitaire importante, est le mode de promotion qui apporte le plus d'étudiants à l'ISFCE.

Nom et signature du (de la) Directeur(-trice)

JAN WEDDINGEN W. 

Nom et signature du (de la) coordonnateur(-trice) de l'autoévaluation

HAVERM Ingrid 