



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

Section des Formations et des diplômes

Rapport d'évaluation de la licence professionnelle



Métiers de la publicité

de l'Université de Strasbourg

Vague C 2013-2017

Campagne d'évaluation 2011-2012



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

Section des Formations et des diplômes

Le Président de l'AERES

Didier Houssin

Section des Formations
et des diplômes

Le Directeur

Jean-Marc Geib

Evaluation des diplômes Licences Professionnelles – Vague C

Académie : Strasbourg

Établissement déposant : Université de Strasbourg

Académie(s) : /

Etablissement(s) co-habilité(s) : /

Spécialité : Métiers de la publicité

Dénomination nationale : SP6-Activités et techniques de communication

Demande n° S3LP130004117

Périmètre de la formation

- Site(s) (lieux où la formation est dispensée, y compris pour les diplômes délocalisés) : Strasbourg (Illkirch)
- Délocalisation(s) : /
- Diplôme(s) conjoint(s) avec un (des) établissement(s) à l'étranger : /
- Convention(s) avec le monde professionnel : /
- Secteur professionnel demandé : SP6-Communication et information

Présentation de la spécialité

Ouverte en 2005, cette licence professionnelle est portée par l'IUT « Robert Schuman ». Elle vise à donner aux étudiants les compétences correspondant aux métiers stratégiques et surtout, commerciaux de la publicité : chef de publicité ; responsable de clientèle en agence ; responsable marketing direct ; responsable de la promotion des ventes. Elle se différencie donc nettement des autres licences du domaine lesquelles sont plutôt orientées vers la production de la chaîne publicitaire.

Unique sur ce créneau sur le plan national, elle bénéficie d'une très bonne attractivité (plus de 10 candidatures pour une place) et accueille un public assez diversifié. Elle est ouverte en formation initiale et continue, en régime d'alternance et accepte depuis 2008 des apprentis.

Synthèse de l'évaluation

- Appréciation globale :

L'évaluation de cette licence est largement facilitée par la qualité du dossier déposé, dossier réalisé avec un réel professionnalisme. Soulignons en particulier la précision des données fournies, la qualité des analyses produites par le conseil de perfectionnement et l'équipe pédagogique (une véritable autoévaluation) ainsi que la pertinence de la prospective. Contrairement aux autres formations touchant au domaine de la publicité, cette spécialité se situe clairement dans le champ commercial et non de la production publicitaire. Cette originalité lui assure une attractivité forte et croissante. Avec un rapport de 1/10 entre inscrits et candidats à l'inscription, la sélection était déjà sévère mais avec une augmentation des candidatures et une réduction de la taille des promotions, le travail du jury de sélection associant universitaires et professionnels va devenir extrêmement lourd puisqu'il combine une 1^{ère} sélection sur dossier, puis un entretien avec les sélectionnés (en gros, 3 pour une place). Ce large choix permet une véritable politique de recrutement de la part de l'équipe de formation afin de renforcer la diversité des promotions. Ces dernières réunissent de manière équilibrée des titulaires de divers BTS, de plusieurs DUT et des « autres » où se mêlent des étudiants de 2^{ème} année de licences générales (domaine SHS majoritaire), des titulaires de licence mais aussi des étudiants de master, des diplômés étrangers et des personnes en reprises d'études via la VAE. L'apprentissage qui ne concerne qu'une part encore très minoritaire des inscrits privilégie, comme attendu, les titulaires de diplômes techniques.

Cette diversité et le fait que cette spécialité ne soit pas connectée directement à une formation proposée dans l'université, a imposé la présence d'une importante unité d'enseignement de mise à niveau. L'organisation pédagogique est celle d'une alternance en cours de semaine, dispositif bien adapté aux types de publics concernés, de formation initiale ou continue. Les contenus sont fortement professionnalisants, d'autant que la part d'enseignement assurée par les intervenants professionnels a été augmentée récemment. Si le dossier est très complet sur la politique de stage et même remarquable dans la description des projets tuteurés, il est regretté une présentation de l'apprentissage trop rapide, même si de fait c'est le CFAU qui en assure le pilotage. Les professionnels sont associés à toutes les étapes de la formation et en particulier, très présents dans le pilotage. Une des modifications apportées au fonctionnement actuel de l'équipe pédagogique est d'ailleurs la désignation d'un co-responsable issu du monde professionnel. Cette équipe est nombreuse, diversifiée et assez bien équilibrée.

Le pilotage de la formation est assuré avec efficacité par un conseil de perfectionnement représentatif et actif qui a su intégrer dans sa réflexion en vue du renouvellement à la fois les données de l'autoévaluation réalisée par l'équipe pédagogique mais aussi la politique de la composante de rattachement. C'est ainsi qu'au-delà de la mise en place du co-pilotage déjà évoqué, des modifications de contenus ont été validées avec un renforcement de la dimension web et des pratiques numériques de la publicité et de la communication ainsi que la décision de réduire et stabiliser à 26 étudiants par an les promotions afin d'améliorer leur encadrement, de développer de nouvelles pratiques pédagogiques adaptées à la professionnalisation et de tenir compte du marché de l'emploi.

En effet la seule, mais véritable, faiblesse de cette licence est une insertion professionnelle qui demeure médiocre. Il est vrai que le monde professionnel régional auquel elle s'adosse, est formé de nombreuses très petites entreprises et donc, peu structuré (en l'absence d'organisation représentative, il est impossible de formaliser ces partenariats). Un élargissement à des partenaires hors Alsace serait peut-être une piste à creuser. Si les enquêtes nationales, dont les taux de réponse sont acceptables, donnent une image plutôt positive, sauf pour la promotion diplômée en 2008, et si la liste des emplois occupés montre une bonne adéquation emploi/formation, il faut néanmoins souligner que cette insertion a été acquise pour une partie non négligeable après une poursuite d'études immédiate. L'enquête réalisée par la composante (inégalement représentative) montre d'évidentes difficultés d'insertion immédiate et une forte, voire très forte tendance à la poursuite d'études. Ces dernières se font largement dans des masters du domaine information-communication, masters à la forte dimension professionnalisante (anciennes formations d'IUP), répartis sur tout le territoire national. A souligner : l'absence de poursuites d'études locales. La réflexion sur la question de l'insertion est apparue en retrait par rapport au niveau général de la prospective développée dans le dossier. Ayant à l'évidence portée sur une version inachevée du dossier, la fiche d'autoévaluation réalisée par l'université n'est guère exploitable.

En conclusion, une bonne formation, bien pilotée mais dont le bilan est un peu assombri par une médiocre insertion professionnelle immédiate.

- Points forts :

- L'originalité de la spécialité et sa très forte attractivité.
- Une équipe de formation équilibrée et compétente.
- Une solide autoévaluation et une prospective pertinente.
- L'ouverture à l'apprentissage et la politique de diversification des publics.
- Un dossier très complet et très clair.

- Point faible :
 - Une insertion professionnelle médiocre et de nombreuses poursuites d'études.

Recommandations pour l'établissement

Il conviendrait de poursuivre la réflexion pour améliorer l'insertion immédiate des diplômés. Un élargissement spatial des partenariats pourrait peut-être élargir les débouchés.

Notation

- Note de la spécialité (A+, A, B ou C) : A

Indicateurs

TABLEAU DES INDICATEURS DE LA SPECIALITE (fourni par l'établissement)			
	Année (2007-2008)	Année (2008-2009)	Année (2009-2010)
Nombre d'inscrits	35	34	31
Taux de réussite	91	88	87
Pourcentage d'inscrits venant de L2	18	12	17
Pourcentage d'inscrits venant de DUT	40	33	33
Pourcentage d'inscrits venant de BTS	32	48	42
Pourcentage d'inscrits en formation initiale (hors apprentissage et contrats de professionnalisation)	89	89	71
Pourcentage d'inscrits en formation continue	6	0	4
Pourcentage d'inscrits en contrat en alternance (d'apprentissage ou de professionnalisation)	0	12	26
Pourcentage d'enseignements assurés par des professionnels	39	39	47
ENQUETES NATIONALES			
	Année (2006)	Année (2007)	Année (2008)
Taux de répondants à l'enquête	59	77	65.6
Pourcentage de diplômés en emploi (2)	76.48	76.2	57
Pourcentage de diplômés en poursuite d'études (2)	41.2	23.8	19
Pourcentage de diplômés en recherche d'emploi (2)	0	9.5	24
ENQUETES DE SUIVI PROPRE DE LA FORMATION			
	Année (2008)	Année (2009)	Année (2010)
Taux de répondants à l'enquête	59	44	77
Pourcentage de diplômés en emploi (2)	70	20	50
Pourcentage de diplômés en poursuite d'études (2)	16	67	42
Pourcentage de diplômés en recherche d'emploi (2)	15	13	8

(1) Données des trois dernières années (pour lesquelles on dispose du nombre d'inscrits et du taux de réussite), pourcentages arrondis à l'unité.

(2) Préciser l'année d'obtention du diplôme et combien de mois après cette obtention a été réalisée l'enquête, ceci pour chacune des trois dernières enquêtes nationales et de suivi propre.
Pourcentages calculés sur la base des diplômés ayant répondu aux enquêtes et arrondis à l'unité.



Observations de l'établissement



Monsieur Jean-Marc GEIB
Directeur

**Agence d'évaluation de la recherche et de
l'enseignement supérieur**
Section des formations et des Diplômes

20 rue Vivienne
75002 PARIS

Alain BERETZ
Président

Affaire suivie par
Frédérique GRANET-
LAMBRECHTS
Vice-présidente Formations
Initiale et Continue

Strasbourg, le 9 mai 2012

Objet : Evaluation des Licences, des Licences professionnelles et des Masters
Nos Réf. : FG/MA/N° 2012-076

Secrétariat :
Martine ARRO
Tél. : +33 (0)3 68 85 63 62
Martine.Arro@unistra.fr

Monsieur le Directeur,

Je vous prie de bien vouloir trouver ci-joint les réponses aux évaluations réalisées par les experts de l'AERES des dossiers déposés au niveau Licence et au niveau Master par l'Université de Strasbourg dans le cadre de la campagne d'habilitation vague C.

Je vous en souhaite bonne réception et vous prie d'agréer, Monsieur le Directeur, l'expression de ma considération distinguée.



Alain BERETZ



Académie : Strasbourg

Etablissement déposant : Université de Strasbourg

Spécialité : Métiers de la publicité

Dénomination nationale : SP6-Activités et techniques de communication

Demande n°S3LP130004117

En préambule aux réponses pour chacune des mentions, l'établissement souhaite faire part des éléments suivants, en réponse à des observations formulées par les experts concernant la durée du suivi de l'offre de formation

Refondée au 1^{er} janvier 2009, la jeune Université de Strasbourg a entrepris de se doter de procédures et d'outils validés par son CEVU et son CA en ce qui concerne l'évaluation des formations, l'évaluation des enseignements et le suivi de l'insertion professionnelle des étudiants, de sorte que les enquêtes réalisées au niveau de l'ensemble de l'établissement ne peuvent pas remonter à des années antérieures.

S'agissant des enquêtes relatives à l'évaluation des formations, la première enquête générale a porté sur l'année 2011 et un bilan a été présenté à la Commission centrale de suivi en mars 2012.

S'agissant de l'évaluation des enseignements, les procédures et les outils ont été élaborés en 2011 et approuvés par le CEVU en mai 2012. La première enquête générale sera effectuée à l'issue du semestre d'automne 2012.

Enfin, au-delà des enquêtes dans les composantes, les enquêtes nationales de suivi de l'insertion professionnelle des étudiants ont été faites, par contre l'université n'a pas entrepris d'enquêtes systématiques des diplômés de Licence générale jusqu'à 2011. Depuis lors, de telles enquêtes sont aussi réalisées.

Pas de réponse.