

HCERES

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

Formations et diplômes

Rapport d'évaluation

Master Langues étrangères appliquées

- Université Bordeaux Montaigne

Campagne d'évaluation 2014-2015 (Vague A)

HCERES

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

Formations et diplômes

Pour le HCERES,¹

Didier Houssin, 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 2014-2015

Présentation de la formation

Champ(s) de formation : Langues, littératures, cultures et civilisations

Établissement déposant : Université Bordeaux Montaigne

Établissement(s) cohabilité(s) : /

Le master *Langues étrangères appliquées* comprend sept parcours Langues et cultures (*Anglais-allemand, Anglais-espagnol, Anglais-chinois, Anglais-italien, Anglais-japonais, Anglais-portugais, Anglais-russe*), avec un tronc commun intégrant les matières d'application. Il offre deux spécialisations en M2 : *Management des projets événementiels, Economie du vin, œnotourisme et interculturalité*.

La formation se donne pour objet de former des cadres maîtrisant très bien deux langues étrangères (voire trois), afin de savoir, dans ces langues, négocier, organiser des événements de dimension nationale et/ou internationale, promouvoir et commercialiser le vin.

Le master compte 582h (cours magistraux/ travaux dirigés -CM/TD-) au total, dont 344h pour le M1 et 238h pour le M2. La spécialisation *Management de projets événementiels* (M2) compte 86h, la spécialisation (M2) *Economie du vin, œnotourisme et interculturalité* (54h).

La mutualisation est effective pour les cours de langues et cultures avec le master *Sécurité globale : analyste politique trilingue* de l'Université de Bordeaux.

Les enseignements se font dans les deux langues et parfois en anglais dans les matières du tronc commun (marketing international et négociation interculturelle). Un stage (facultatif en M1) de six mois obligatoire en M2 achève cette formation, donnant lieu à un rapport

Avis du comité d'experts

Ce master est une très bonne formation dont l'architecture est cohérente avec les débouchés ciblés et constatés pour les anciens étudiants.

Les enseignants-chercheurs intervenant dans la formation sont intégrés aux structures suivantes : EEE (EA 7314 Europe, Européanité, Européanisation), Université Bordeaux Montaigne ; CLIMAS (Cultures et littératures des mondes anglophones, EA 4196 CLIMAS) Université Bordeaux-Montaigne ; Ameriber (Amérique Latine Pays Ibériques EA 3656) Université Bordeaux Montaigne ; MICA - (Médiation, information, communication, art -EA 4426) Université Bordeaux Montaigne.

La formation s'appuie également sur des organismes externes dans le secteur public (une dizaine) tels que la mairie de Bordeaux, le Conseil Général d'Aquitaine, ainsi qu'une trentaine d'organismes ou d'entreprises privés comme Amnesty international (Canada), Sofitel Galaxy Nanjing (Chine).

Des formations de nature comparables existent à Nice, Dijon, Aix-en-Provence, et sur l'aire bordelaise (pour l'œnologie), mais la formation bordelaise se distingue par l'enseignement de langues à un niveau élevé.

Par sa spécialité 2 en M2 (*Economie du vin, œnotourisme et interculturalité*), la formation réalise un ancrage parfait dans le Bordelais et fournit des diplômés appréciés des entreprises locales.

L'équipe pédagogique est importante (62 intervenants de toutes natures dont 24 enseignants-chercheurs) et offre une variété intéressante d'enseignants-chercheurs, de professionnels (consultants, gérants d'entreprise etc.). La part de professionnels est importante (23 / 62 intervenants). Certains d'entre eux assurent un volume horaire important (entre

120 et 190 heures). Pour autant, la part d'aide à la professionnalisation est minimale, elle représente 2,4 % de l'ensemble (soit 14h sur 584h) ; ceci est d'ailleurs pointé dans les critiques formulées par les étudiants.

La coordination de chaque parcours est assurée par un responsable, la mention est pilotée par un responsable général. Le dossier donne peu d'indications sur le mode de pilotage ou la fréquence des réunions.

Les effectifs sont stabilisés autour d'une centaine d'étudiants (au total pour le M1 et le M2) depuis 2012-2013. Chaque année totalise une cinquantaine d'étudiants. Pour 2013-2014, ils se répartissent comme suit au sein des différents parcours : *Anglais-allemand* : 17 ; *Anglais-chinois* : 15 ; *Anglais espagnol* : 23 ; *Anglais italien* : 10 ; *Anglais-japonais* : 20 ; *Anglais-portugais* : 10 ; *Anglais-russe* : 9. Pour 2012-2013, les inscrits pédagogiques étaient de 49 en M1 qui ont tous été admis en M2. Sur 52 inscrits pédagogiques en M2, 46 ont validé leur diplôme. En ce qui concerne les deux spécialités, en 2014-2015, 31 étudiants sont inscrits en *Management de projets événementiels* et 20 en *Economie du vin, oenotourisme et interculturalité*. Les taux de réussite sont excellents : entre 86 et 100 % pour toutes les langues. Les annexes ne précisent pas les chiffres par année.

Le suivi des diplômés est assuré par l'Université Bordeaux Montaigne qui transmet une enquête 30 mois après la sortie de l'établissement. Celle-ci révèle pour les étudiants ayant répondu (moins de la moitié de la promotion) que 89 % sont en situation d'emploi, et 11 % en recherche d'emploi. 83 % sont en entreprise privée, 50 % occupent un emploi de type cadre A, 50 % de type cadre B. 96 % des sondés sont embauchés à temps plein. On note que 30 % sont employés dans la région Aquitaine ou limitrophes, 30 % à l'étranger. Trois diplômés seulement ont décidé de poursuivre leurs études.

Éléments spécifiques de la mention

| | |
|---|--|
| <p>Place de la recherche</p> | <p>La place de la recherche est minime, ce qui n'est pas surprenant pour une formation professionnalisante. Les enseignants-chercheurs rattachés aux entités mentionnées plus haut assurent les enseignements. Un projet de recherche est à l'étude, qui permettra de fédérer universitaires et professionnels, mais aucun détail n'est fourni au-delà de la déclaration de principe.</p> |
| <p>Place de la professionnalisation</p> | <p>Le dossier liste un certain nombre de compétences génériques liées au monde de l'entreprise que cette formation permet d'acquérir comme le suivi et la mise en place de projets.</p> <p>La part de professionnels intervenant dans la formation est plus qu'appréciable (23 sur 62 intervenants), ils représentent un tiers de l'équipe pédagogique. On note la présence d'une unité d'enseignement (UE) de méthodologie en S4 du M2 pour la rédaction du mémoire de stage.</p> <p>On note une UE en semestres 1 et 2 de M1 concernant le « projet professionnel de l'étudiant ». Le volume horaire est de 8 et 6h, aucun détail n'est donné sur les contenus.</p> <p>L'aide à la professionnalisation est minimale : elle représente 2,4 % de cette formation professionnalisante.</p> |
| <p>Place des projets et stages</p> | <p>Un stage est facultatif en M1 (pendant l'été) et obligatoire en M2 pour une durée de trois à six mois suivant les langues. Ce stage couvre le S4 du M2. 25 % des étudiants le réalisent à l'étranger.</p> <p>Le stage fait l'objet d'un rapport (rédigé en français) sur une thématique approfondie. Il est soutenu devant un jury composé d'universitaires et de professionnels.</p> <p>La politique de mise en place de stages est satisfaisante, même si la formation gagnerait à les faire rédiger en langue A ou B.</p> |
| <p>Place de l'international</p> | <p>Même si de nombreux partenariats existent avec des entreprises étrangères permettant l'accueil d'étudiants pour le stage, la formation ne prévoit pas de mobilité institutionnelle de type Erasmus ou Erasmus Mundus. 1/3 des inscrits à la formation sont des étudiants étrangers. Aucun chiffre n'est transmis en rapport avec la mobilité sortante.</p> |

| | |
|--|--|
| | Les cours se font en anglais, y compris dans le tronc commun (marketing international) et en langue B. |
| Recrutement, passerelles et dispositifs d'aide à la réussite | Les étudiants proviennent de la licence LEA (<i>Langues étrangères appliquées</i>), mais aussi de Sciences Economiques et Sociales et de Sciences Humaines. L'admission en M2 est de fait pour les M1, les extérieurs doivent présenter un dossier et/ou doivent passer un entretien. Aucune possibilité de passerelle ou de dispositif d'aide à la réussite n'est mentionnée. Il conviendrait de développer rapidement des stratégies à ce niveau. |
| Modalités d'enseignement et place du numérique | Tous les cours se font en présentiel. Le dossier indique que la place du numérique est quotidienne dans la formation par les documents et ressources que les enseignants mettent en ligne pour les étudiants, ainsi que par les logiciels spécifiques en liaison avec la formation. En 2014-2015, un cours de communication numérique (web-design appliqué à l'événementiel) verra le jour. Il est difficile d'évaluer l'impact de cette politique sur la formation globale. |
| Evaluation des étudiants | L'évaluation est organisée sous les deux régimes (contrôle continu et terminal). Le dossier ne donne aucune précision au-delà de la typologie des épreuves. Les modalités de contrôle sont classiques et répondent à la réglementation. Les jurys sont composés de la directrice du département LEA, des référents de langues de la responsable du master ainsi que de professionnels intervenant pour le domaine d'application. |
| Suivi de l'acquisition des compétences | Selon le dossier, les séances de PPE (Projet Professionnel Etudiant personnalisé) permettent aux étudiants de cibler des métiers et de valoriser les compétences acquises et de constituer un réseau. Le volume horaire de ces séances est négligeable dans la formation (14h au total en M1). |
| Suivi des diplômés | Le suivi s'opère au niveau de l'université qui transmet une enquête 30 mois après la sortie de l'établissement. Cette dernière n'a de valeur qu'en rapport avec la bonne volonté des répondants. |
| Conseil de perfectionnement et procédures d'autoévaluation | Le conseil de perfectionnement est en cours de constitution. Une équipe d'enseignants est mise en place au niveau de la formation en rapport avec ces missions. L'autoévaluation reste informelle (une enquête est transmise). Des leçons sont tirées, suite à certaines réponses faites par les étudiants : les responsables de formation vont inciter les professionnels intervenant à axer leur enseignement plutôt sur la pratique. |

Synthèse de l'évaluation de la formation

Points forts :

- Excellente intégration au tissu socio-économique local et international.
- Equipe pédagogique solide intégrant de nombreux professionnels.
- Variété importante de combinaisons linguistiques.
- Spécialisation *Economie du vin, œnotourisme et interculturelité* avec deux langues à un haut niveau.
- Bonne insertion professionnelle.

Points faibles :

- Insuffisance de l'aide à la professionnalisation.
- Suivi des diplômés au niveau de la formation.
- Absence d'aide à la réussite.
- Aucune mention d'accords internationaux institutionnels.

Conclusions :

Le master LEA est de bon niveau et remplit pleinement ses objectifs, tant en termes de réussite que d'insertion professionnelle. Son caractère original en fait une formation prisée localement et nationalement. Il serait opportun de développer des partenariats institutionnels permettant aux étudiants d'effectuer une partie de leur formation théorique à l'étranger, ce qui améliorerait son attractivité.

Observations de l'établissement



Université
**BORDEAUX
MONTAIGNE**

Présidence

Date : Pessac, le 8 juillet 2015

OBSERVATIONS AU RAPPORT DE SYNTHÈSE DE L'HCERES

Aucune observation ne sera déposée pour cette mention.

Jean-Paul Jourdan
Président de l'Université Bordeaux Montaigne