

HCERES

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

Formations et diplômes

Rapport d'évaluation

Licence professionnelle Gestion et marketing du secteur vitivinicole

- Université Pierre Mendès France - Grenoble – UPMF

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 : Management des entreprises – économie (entrepreneuriat, innovation, développement durable)

Établissement déposant : Université Pierre Mendès France - Grenoble - UPMF

Établissement(s) cohabilité(s) : /

La licence professionnelle *Commerce spécialité Gestion et marketing du secteur vitivinicole* a été créée en 2001. Cette licence a pour objectif de former des étudiants aux fonctions commerciales et administratives qui sont présentes dans les différentes entreprises de la filière vitivinicole. Actuellement, l'Institut Universitaire de Technologie (IUT) de Valence et l'Université du Vin gèrent la licence en partenariat. Les enseignements de la licence sont réalisés principalement sur le site de l'Université du Vin à Suze-la-Rousse. Seuls les cours d'informatique et d'anglais ont lieu à l'IUT de Valence.

Cette formation, proposée en cycle initial et en formation continue, répond à des besoins sur le plan national et aussi international. La formation propose une large palette d'enseignements pluridisciplinaires afin de répondre aux besoins des entreprises du secteur vitivinicole. Ces dernières recherchent des compétences transversales de la part des diplômés afin qu'ils puissent occuper des postes parfois très polyvalents.

Avis du comité d'experts

La licence professionnelle *Commerce spécialité Gestion et marketing du secteur vitivinicole* permet aux étudiants d'acquérir les connaissances et compétences nécessaires pour assurer les différentes missions commerciales et administratives, liées à la gestion, au marketing, à la vente, à la logistique et à l'export. Les métiers visés par la formation, dans les entreprises de la filière vitivinicole, sont variés et évoluent constamment. Les échanges réguliers avec les professionnels permettent aux responsables de la licence d'intégrer les changements du secteur, en faisant évoluer la formation pour la rendre adéquate.

La formation s'inscrit dans le cadre d'un partenariat entre l'IUT de Valence et l'Université du Vin. L'Université du Vin est une structure associative créée en 1978 sous l'impulsion des organisations professionnelles du secteur et des entreprises de la filière. La formation est de ce fait bien ancrée dans le milieu et l'environnement vitivinicole et bénéficie de plusieurs soutiens de la part notamment, des structures représentatives de la filière vitivinicole, des entreprises privées ou encore de la Région Rhône-Alpes et du Conseil Général de la Drôme. Les professionnels qui interviennent sont essentiellement des responsables de structures ayant des niveaux de compétences adéquats dans le domaine de la formation. Au niveau national, d'autres licences professionnelles de ce type existent, par exemple à Montpellier, Perpignan, Colmar. Certaines ont des spécialités différentes, telle la licence professionnelle à Dijon spécialisée en *Commerce des vins et œnotourisme*.

On note un déséquilibre de l'équipe pédagogique, composée de 75 % de professionnels et de 25 % seulement d'enseignants de l'université. En outre, les cours sont très découpés entre un nombre pléthorique de professionnels. Aucune explication n'est donnée dans le dossier pour expliquer ce découpage si ce n'est que le secteur vitivinicole est très spécialisé et nécessite des compétences très spécifiques. Cependant, l'intervention d'un trop grand nombre d'enseignants (par exemple six intervenants pour le cours de marketing) ne peut qu'alourdir la formation aussi bien pour les étudiants que pour le responsable.

Il n'y a pas d'informations concernant le rôle et les responsabilités des membres de l'équipe pédagogique. De même, le pilotage de la formation manque de lisibilité. Un conseil de perfectionnement composé d'enseignants-chercheurs, de professionnels et de représentants des étudiants existe. Il s'agit d'une instance d'orientation et de consultation, mais on ignore si leurs propositions sont suivies de faits.

La licence accueille, en moyenne depuis 2008-2009, 25 étudiants et l'effectif est stable. Les étudiants viennent de plusieurs régions de France, mais aussi de pays étrangers (Belgique, Brésil, Chine, Russie, Taïwan, Venezuela). Le taux de réussite est bon : il se situe entre 95 et 100 %.

Les taux de réponse aux enquêtes et les taux d'insertion professionnelle varient d'une année sur l'autre. L'enquête menée 30 mois après l'obtention du diplôme montre que globalement, entre 2008/2011, plus de la moitié des diplômés ont un emploi. Cependant, les taux sont très fluctuants : 53 % en 2010-2011 jusqu'à 80 % en 2009-2010. L'enquête menée huit mois après l'obtention du diplôme (entre 2010/2013) donne la même tendance d'instabilité. Aucune explication n'est apportée au dossier quant aux fortes variations des taux d'insertion professionnelle. Néanmoins, on constate une bonne adéquation entre les postes visés et la formation, car les emplois occupés par les étudiants sont très majoritairement sur des temps pleins tels que « assistant de gestion » et « assistant commercial » du secteur vitivinicole ou encore « caviste ».

Éléments spécifiques

<p>Place de la recherche</p>	<p>Il manque des enseignants-chercheurs dans la licence (3/31 intervenants). En outre, ils n'assurent pas forcément les cours qui sont au cœur du métier, notamment les matières de gestion commerciale.</p> <p>La recherche au sens académique du terme est absente au sein de la formation. En revanche, le partage des savoirs appliqués acquis lors des stages et des projets tuteurés est favorable à l'innovation.</p>
<p>Place de la professionnalisation</p>	<p>Les enseignements dispensés évoluent afin de répondre aux exigences du métier, tels les cours du e-commerce et du web-marketing.</p> <p>Les professionnels représentatifs des différents métiers de la filière vitivinicole sont très présents dans la formation. Par contre, le découpage de certains cours entre un très grand nombre de professionnels peut alourdir la formation.</p>
<p>Place des projets et stages</p>	<p>Les projets tuteurés sont menés collectivement et permettent d'appliquer les cours de gestion commerciale qui sont au cœur de la formation. Il s'agit d'un travail complet de recherche documentaire et aussi de terrain sur un sujet d'actualité.</p> <p>Le stage positionné en fin de parcours, d'une durée de 12 semaines, peut être réalisé en France ou à l'étranger. Mais il n'y a aucune donnée sur le nombre de stages effectué à l'étranger.</p>
<p>Place de l'international</p>	<p>La formation a la capacité d'accueillir des étudiants étrangers d'origines géographiques variées. Ainsi, des dispositifs et mesures d'accompagnement existent au niveau universitaire pour aider ces étudiants. Ils bénéficient également d'un suivi particulier de la part des enseignants. Par contre, il n'y a pas de données chiffrées concernant ces étudiants.</p>
<p>Recrutement, passerelles et dispositifs d'aide à la réussite</p>	<p>Le recrutement est complet il se fait d'abord par l'examen des dossiers, puis les candidats sont convoqués à un entretien afin de présenter leur projet professionnel et leur motivation.</p> <p>L'aide à la réussite se fait par le suivi des étudiants notamment sur la base du « cahier de stages » renseigné par le maître de stage et l'étudiant à différentes périodes du stage.</p>
<p>Modalités d'enseignement et place du numérique</p>	<p>Les cours se font en présentiel. Des modalités d'enseignement spécifiques existent dans la licence pour les cours de communication et d'anglais. Ceci est favorable aux étudiants du fait de leur origine pédagogique variée. L'IUT est également équipé d'une plateforme de e-learning (« moodle »).</p>

<p>Evaluation des étudiants</p>	<p>L'évaluation des étudiants se fait par contrôle continu ou sous forme de contrôle final à l'écrit ou à l'oral. En cas d'échec à la session 1, les étudiants ont la possibilité de passer une session de rattrapage.</p> <p>Les modalités d'attribution du diplôme respectent les règles relatives aux LP</p>
<p>Suivi de l'acquisition des compétences</p>	<p>Le suivi de l'acquisition des compétences des étudiants se fait dans le cadre du contrôle continu tout le long de la formation universitaire. En cas de difficultés pour un étudiant, le dispositif d'aide se limite à des conseils pédagogiques et méthodologiques.</p>
<p>Suivi des diplômés</p>	<p>En plus de l'enquête nationale et de l'enquête interne, l'Université du Vin tient un « registre des diplômés » qui permet de rester en contact avec les étudiants. Elle est par ailleurs à l'origine de la création d'une Association d'Anciens Elèves permettant la constitution d'un réseau professionnel.</p>
<p>Conseil de perfectionnement et procédures d'autoévaluation</p>	<p>Le Conseil de perfectionnement est une instance d'orientation et de consultation qui fait des propositions pour adapter la formation aux évolutions des métiers. L'évaluation des enseignements est assurée à la fois par le conseil de perfectionnement, mais aussi par les étudiants interrogés dans le cadre de différentes enquêtes. Néanmoins, la fréquence et le contenu de ces enquêtes ne sont pas précisés.</p>

Synthèse de l'évaluation de la formation

Points forts :

- La licence professionnelle répond à un réel besoin du secteur vitivinicole.
- L'ouverture à l'international de la formation se fait par l'accueil d'étudiants étrangers.
- La formation s'appuie sur un partenariat solide entre l'IUT de Valence et L'Université du Vin. Créée sous l'impulsion des organisations professionnelles du secteur, elle est de ce fait bien ancrée dans le milieu et l'environnement vitivinicole et bénéficie donc de nombreux soutiens.
- L'évolution du contenu du programme pédagogique se fait en concertation avec les professionnels et suivant le besoin des entreprises.

Points faibles :

- La licence n'est pas ouverte en apprentissage ni en contrat de professionnalisation alors que le réseau de professionnels existe. Rien n'indique une évolution future concernant ce point.
- Les taux d'insertion professionnelle sont très fluctuants d'une année sur l'autre. En moyenne, depuis 2008, le taux d'insertion professionnelle est de 61,5 %, ce qui est insuffisant étant donné que la licence limite l'effectif des étudiants afin de permettre une bonne intégration professionnelle et de ne pas saturer le marché de l'emploi.
- Il manque des enseignants-chercheurs, notamment sur les matières clés de la formation liées à la gestion commerciale et certains enseignements sont éparpillés entre un trop grand nombre de professionnels.

Conclusions :

La licence professionnelle *Commerce spécialité Gestion et marketing du secteur vitivinicole* s'inscrit dans un domaine actuellement en plein développement. La formation a beaucoup d'atouts, mais certains points restent à améliorer : la licence n'est pas ouverte en apprentissage ni en contrat de professionnalisation, alors que le réseau de professionnels existe. Le dossier ne mentionne aucune évolution future sur ce point. On note un nombre trop restreint d'enseignants-chercheurs, ce qui remet en cause la qualification de « licence professionnelle ». Il serait nécessaire d'avoir une implication plus forte de ces derniers aussi bien dans les enseignements que dans le pilotage de la formation. Certains cours seraient à revoir pour éviter l'éparpillement des heures entre un nombre trop important d'intervenants. Concernant l'insertion professionnelle des jeunes, elle devrait être améliorée pour que la licence atteigne son objectif d'assurer l'intégration professionnelle des jeunes qui sont volontairement sélectionnés en nombre limité pour ne pas saturer le marché de l'emploi. Enfin l'ouverture internationale devrait être davantage exploitée afin de promouvoir la licence et d'une manière plus large la formation vitivinicole de la France dans les années à venir. Ainsi, un développement des stages à l'étranger ou un partenariat avec des structures de formations basées dans des pays étrangers seraient des pistes à explorer.

Observations de l'établissement

Saint-Martin-d'Hères, le 20 avril 2015

Direction des formations et de la vie étudiante

Monsieur Jean-Marc GEIB

Affaire suivie par : Nathalie GENIN
Tél. : 04 76 82 83 01
Mél. : nathalie.genin@upmf-grenoble.fr

Objet : Evaluation HCERES 2015 – Champ Management des entreprises - Economie
(Entrepreneuriat, Innovation, Développement durable)

Monsieur le Directeur,

Nous tenons à remercier l'ensemble des membres du comité HCERES pour la qualité des travaux d'expertise qui ont été menés.

Nous vous informons que nous n'avons aucune observation à faire remonter à l'HCERES sur les formations ci-dessous.

MENTIONS

LICENCE DEG - ECONOMIE ET
GESTION
LICENCE DEG - ECO GESTION
LANGUE
LP DEG - COMMERCE
LP DEG - ECHANGES ET GESTION
LP DEG - ESPACES NATURELS
LP DEG - GESTION DE LA
PRODUCTION INDUSTRIELLE
LP SHS - GESTION DES
RESSOURCES HUMAINES
LP DEG - GESTION DES
RESSOURCES HUMAINES
LP DEG - HOTELLERIE ET TOURISME
LP DEG - LOGISTIQUE
LP DEG - MANAGEMENT DES
ORGANISATIONS
MASTER DEG - ECONOMIE,
ENERGIE, DEVELOPPEMENT
DURABLE
MASTER DEG - INGENIERIE
ECONOMIQUE ET ENTREPRISE

SPECIALITES

Etudes statistiques, sondages et marketing; Gestion et marketing
du secteur vitivinicole
Commerce et distribution - DISTECH
Gestion et commercialisation des produits de la filière forestière
Economie, gestion durable de l'eau et territoires
Assistant RH: évaluations et développement psychologique des
ressources humaines
Gestion des ressources humaines et paie; Métiers de l'emploi et de
la formation
Management des unités hôtelières (MUH); Management des unités
de restauration (MUR)
Management des approvisionnements et de la logistique
Management des collectivités territoriales; Management de la
PME-PMI; Métiers de la comptabilité: révision comptable; Métiers
de la comptabilité: comptabilité et paie; Métiers de la comptabilité:
Fiscalité;
Economie de l'énergie et de l'environnement
Ressources humaines, organisation et conduite du changement;
Diagnostic économique d'entreprise; Ingénierie économique

MASTER DEG - ETUDES
INTERNATIONALES ET
EUROPEENNES

MASTER DEG - MARKETING

Gouvernance des organisations pour le développement
international

Marketing quantitatif; Ingénierie du marketing; Vente et distribution;
Recherche et conseil en marketing; Communication marketing

Nous vous prions d'agréer, Monsieur le Directeur, l'expression de notre considération
distinguée.

Le Vice-Président Commission Formation et Vie Universitaire,



Michel ROCCA