



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

Section des Formations et des diplômes

Rapport d'évaluation de la licence professionnelle



Chef de projet de communication

de l'Université Paris Descartes

Vague D – 2014-2018

Campagne d'évaluation 2012-2013



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 D

Académie : Paris

Établissement déposant : Université Paris Descartes

Académie(s) : /

Etablissement(s) co-habilité(s) : /

Spécialité : Chef de projet de communication

Dénomination nationale : SP6-Activités et techniques de communication

Demande n° S3LP140006564

Périmètre de la formation

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

Présentation de la spécialité

Cette formation a été ouverte en 2005 en tant que formation initiale et continue, et en 2010 à l'apprentissage par le département *Info-com* de l'IUT de Paris Descartes. La faculté de droit et l'UFR de Sciences humaines et sociales y sont associées. Elle a des accords *Socrates Erasmus* avec quatre établissements européens. Elle cherche à développer des compétences de chef de projet : capacités de management, d'analyse et d'évaluation stratégiques, polyvalence dans les domaines de la communication, compétences rédactionnelles et éditoriales.

Les métiers visés sont ceux de chef de projet, chargé de communication externe et interne, responsables de projets opérationnels. Ce positionnement de licence professionnelle est rare au niveau national ; ces objectifs correspondent plus souvent à des masters. L'implantation régionale est bonne, les grandes agences de communication françaises y étant concentrées. La formation présente deux spécificités : un adossement professionnel d'envergure et une organisation en deux groupes de formation distincts, l'un de formation initiale et continue, l'autre à l'apprentissage.

Synthèse de l'évaluation

- Appréciation globale :

Cette formation est solide, cohérente et dispose d'atouts significatifs, dont en tout premier lieu la richesse et la qualité de ses appuis professionnels. Les unités d'enseignements (UE) et enseignements sont en bonne adéquation avec le marché de l'emploi, et la formation fait preuve d'adaptabilité (ouverture de l'apprentissage, évolution des contenus). L'insertion professionnelle est satisfaisante pour le secteur mais la poursuite d'études reste un peu élevée (autour de 30 %).

Le projet pédagogique est en cohérence avec les objectifs de formation et ses contenus bien adossés aux réalités professionnelles. Certains rééquilibrages entre UE pourraient être opportuns et plus de finesse de détails au niveau ECUE permettrait de mieux évaluer la place de chaque enseignement. L'essentiel de la formation est nettement professionnalisant et les intervenants professionnels enseignent dans le cœur de métier. Ceci est encore plus marqué dans la section à l'apprentissage, les apprentis passant trois jours par semaine en entreprise. Les projets tuteurés sont proposés par les entreprises et réalisés en « agence ». Bien que le cahier des charges de la licence professionnelle soit dans l'ensemble bien respecté, le suivi et l'encadrement des stages ne sont pas précisément décrits. La formation met en place des groupes de niveau pour certaines matières, ainsi qu'une semaine de remise à niveau lors de la semaine d'intégration. Les modifications apportées dans cette nouvelle maquette devraient apparaître plus clairement.

En ce qui concerne l'insertion professionnelle, les enquêtes nationales ne sont pas utilisées. Les chiffres présentés sont ceux d'enquêtes à six mois réalisées par l'IUT. Elles présentent des taux de réponse élevés (supérieurs à 80 %). Les données sur l'insertion professionnelle individuelle sont détaillées et montrent une forte adéquation emploi/formation, la grande majorité des diplômés exerçant dans les métiers visés du secteur de la communication. Le taux d'insertion est satisfaisant pour le secteur, autour de 70 %, mais en baisse à 60 % les deux dernières années, qui ont été touchées par la crise économique de 2008. Ce taux est de 93 % pour les apprentis. Ces résultats d'insertion sont analysés et mènent à des ajustements de contenus réguliers. Ils justifient également le maintien des effectifs à hauteur de 25 étudiants, qui pourraient toutefois être revus à la baisse si la baisse de l'insertion professionnelle venait à durer.

Les liens avec le monde professionnel constituent l'un des atouts de la formation. 54 % des enseignements sont assurés par des professionnels. Ces douze intervenants professionnels, d'horizons et de métiers divers, sont de qualité, issus pour certains d'entreprises majeures et enseignent les matières qu'ils pratiquent. Certains participent à la vie de la formation en assurant certaines tâches pédagogiques et deux réunions par an les mobilisent autour de la formation. Le conseil de perfectionnement est en cours d'installation et son rôle est détaillé. Les partenariats restent informels pour la formation initiale mais sont assurés par le CFCA de l'IUT de Paris Descartes pour la formation continue et par le CFA CERFAL pour la section d'apprentissage. Le CFA CERFAL a des partenariats avec les entreprises Renault, Magnum et la SNCF.

A propos du pilotage de la formation, l'équipe pédagogique solide est bien diversifiée, adaptée aux besoins de la formation. Les enseignants de la discipline (section 71 du CNU) assurent plus de la moitié des heures réalisées par des universitaires. L'organisation du travail est construite et détaillée, les tâches bien spécifiées mais non explicitement attribuées, à l'exception de la responsabilité des projets tuteurés. Le conseil de perfectionnement de la formation est en voie de formalisation et se composerait d'enseignants de la formation, d'enseignants extérieurs et de professionnels. La formation n'entretient que peu de liens formels avec d'autres formations de niveau Licence hors IUT et y réalise quelques actions d'information en cours d'année auprès des étudiants de L2. Elle semble cependant prendre place dans un ensemble de formations cohérent. Le taux de pression est bon, comme attendu dans les formations de communication, avec une forte présence de candidats titulaires de BTS (55 %, suivis des titulaires de DUT (35 %), puis de L2. Ces derniers sont toutefois surreprésentés parmi les inscrits (2 à 3 par an). La formation présente un taux de réussite très élevé (autour de 96 %). Les modalités d'utilisation de l'autoévaluation et de l'évaluation par les étudiants ne sont pas décrites.

- Points forts :

- La qualité et la richesse des intervenants professionnels et de l'ensemble des aspects professionnalisants (formation continue, alternance, etc.).
- La qualité et la cohérence des contenus, l'adéquation emploi/formation.
- L'adaptabilité de la formation.

- Points faibles :
 - Des imprécisions dans le dossier quant aux modifications apportées, aux procédures de suivi de stages, au partage des tâches.
 - Un manque de formalisation concernant les réseaux professionnels et d'anciens étudiants.

Recommandations pour l'établissement

Le dossier devrait faire ressortir plus nettement les modifications apportées, d'autant qu'il y a eu un changement d'intitulé.

L'animation de l'équipe devrait être davantage formalisée et précisée, le conseil de perfectionnement devrait être opérationnel.

Une formalisation des partenariats professionnels, l'association à des clubs professionnels, la création d'un club de partenaires pourraient encore étoffer et pérenniser les relations avec le monde professionnel.

La qualité et la cohérence des chiffres produits pourraient être améliorées.

Notation

- Projet pédagogique (A+, A, B, C) : A
- Insertion professionnelle (A+, A, B, C) : A
- Lien avec les milieux professionnels (A+, A, B, C) : A
- Pilotage de la licence (A+, A, B, C) : A



Observations de l'établissement



Licence professionnelle Vague D

Demande : n° S3LP P5 6564

Spécialité : Chef de projet de communication

Dénomination nationale : SP6-Activités et techniques de communication

Les responsables de la LP Chef de projet de communication remercient les évaluateurs du regard bienveillant porté sur cette formation, et souhaitent apporter un complément d'information sur trois points insuffisamment détaillés dans le dossier.

D'abord, un intérêt tout particulier est porté à **l'animation du réseau d'anciens**. Nous avons opté pour un dispositif pragmatique associant les ressources de l'événementiel (la soirée annuelle rassemble 80 à 90 personnes) et du web (groupes ad hoc sur LinkedIn et Viadeo utilisés pour diffuser des offres d'emploi ou de stages, rechercher des conférenciers et intervenants, mettre le carnet d'adresses d'un ancien au service d'un étudiant). Ce double dispositif permet un contact effectif avec nombre d'anciens, de façon bien plus convaincante que les dispositifs statiques de type annuaire.

Par ailleurs, il nous est suggéré de constituer un **club de partenaires professionnels** : la fidélisation des entreprises se mesure par leur présence aux différents moments de rencontre organisés par l'université et le CFA (réunion des maîtres d'apprentissage, soutenance des rapports d'activités), autant que par la reconduction de contrats d'apprentissage d'une année sur l'autre. Si la formalisation par un « club » est tout à fait utile à une formation cherchant des contrats d'alternance (notre CFA l'utilise) elle convient moins à la formation classique, y compris lorsqu'il s'agit d'insérer professionnellement nos diplômés : en effet en communication les recrutements en deçà du master sont massivement le fait de petites et moyennes agences, dont le rythme de recrutement est très insuffisant pour justifier l'établissement de relations formelles. Sans doute serait-il plus efficace d'envisager un tel club au niveau de l'ensemble des licences professionnelles de l'IUT, de façon mutualisée.

Enfin, nous souhaitons rappeler que la licence assure une mission de **réorientation d'étudiants en errance**, sinon en échec universitaire, ainsi que d'aide à l'employabilité d'étudiants en formation continue : accueillir ces publics fait nécessairement baisser le taux d'insertion immédiat, contrairement à ce qui se passe en apprentissage, les anciens universitaires préférant souvent consolider leur nouvelle orientation par un master. Il nous semble que cette politique répond à des enjeux sociaux importants qui justifient le **maintien d'un effectif à 25** pour ce groupe.