



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

Section des Formations et des diplômes

Rapport d'évaluation de la licence professionnelle



Gestion des flux internationaux des
PME/PMI

de l'Institut Catholique de Lille

Vague E – 2015-2019

Campagne d'évaluation 2013-2014



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

Section des Formations et des diplômes

En vertu du décret du 3 novembre 2006¹,

- Didier Houssin, président de l'AERES
- Jean-Marc Geib, directeur de la section des formations et diplômes de l'AERES

¹ Le président de l'AERES « signe [...], les rapports d'évaluation, [...] contresignés pour chaque section par le directeur concerné » (Article 9, alinea 3 du décret n°2006-1334 du 3 novembre 2006, modifié).

Evaluation des diplômes Licences Professionnelles – Vague E

Evaluation réalisée en 2013-2014

Académie : Lille

Établissement déposant : Institut Catholique de Lille

Académie(s) : /

Etablissement(s) co-habilité(s) : /

Spécialité : Gestion des flux internationaux des PME/PMI

Secteur professionnel : SP5- Echange et gestion

Dénomination nationale : SP5-3 Commerce

Demande n° S3LP150008264

Périmètre de la formation

- Site(s) (lieux où la formation est dispensée, y compris pour les diplômes délocalisés) :
 - Parcours « Commerce international » : Institution St-Jude à Armentières.
 - Parcours « Marketing manager opérationnel » : Institution St-Jude à Armentières/ Guynemer à Compiègne/ Lycée St Luc de Cambrai.
- Délocalisation(s) : /
- Diplôme(s) conjoint(s) avec un (des) établissement(s) à l'étranger : /
- Convention(s) avec le monde professionnel : /

Présentation de la spécialité

La spécialité *Gestion des flux internationaux des PME/PMI*, ouverte en 2005 est portée par la Faculté Libre des Sciences Economiques et de Gestion de l'Institut Catholique de Lille (ICL). Elle forme des étudiants ayant suivi un cursus généraliste, lesquels seront capables de prendre en charge ou d'accompagner le développement des entreprises sur les marchés internationaux grâce à leur connaissance des différents environnements géopolitiques, socio-économiques et culturels, à leur maîtrise des outils et des techniques du commerce international, et à leur aptitude à communiquer en langues étrangères. Deux parcours sont proposés : *Commerce international* et *Marketing manager opérationnel*.

Les métiers visés sont larges :

- pour le *Commerce international* de directeur commercial et directrice commerciale export à agent de transit export ou import en passant par assistant export ou import.
- pour le *Marketing manager opérationnel* : de direction de petite ou moyenne entreprise à conseiller de clientèle bancaire ou manager de rayon de produits non alimentaires en passant par assistant au directeur marketing.

Les enseignements s'effectuent dans différents établissements du secondaire : l'Institution Saint Jude d'Armentières pour le parcours *Commerce international* et l'Institution Saint Jude d'Armentières, l'Institution Guynemer de Compiègne et le lycée Saint Luc de Cambrai pour le parcours *Marketing manager opérationnel*. Pour les deux parcours, une concurrence régionale existe, localisée dans les Universités de Lille 2 - Droit et santé, de Lille 3 - Sciences humaines et sociales - Charles de Gaulle, de Valenciennes et du Hainaut-Cambrésis - UVHC, et du Littoral Côte d'Opale - ULCO. Le positionnement principal répond à une problématique de proximité géographique qui serait recherché par les étudiants.

Synthèse de l'évaluation

- Appréciation globale :

L'objectif de proposer une offre locale dans le domaine du commerce international à des étudiants titulaires d'un Bac+2 paraît pertinent, comme de pourvoir aux besoins en emplois des entreprises des bassins respectifs. Cependant, la très grande diversité dans les métiers visés est surprenante et les enseignements proposés se différencient peu des enseignements de DUT et/ou de BTS.

Une approche globale et complète permet aux étudiants de la licence professionnelle (LP) d'acquérir des connaissances qui semblent solides. Les deux parcours seraient adaptés aux contraintes locales des différents lieux de formation. Pour autant, il n'est pas expliqué clairement les raisons pour lesquelles les trois sites ont choisi les différents parcours. Cela est dommageable à la compréhension de la stratégie qui soutient chaque parcours. Les contenus pédagogiques sont diversifiés et l'articulation des unités d'enseignement (UE) est cohérente. Toutefois, pour le parcours *Marketing manager opérationnel*, le dossier n'indique pas réellement les raisons des variantes propres à chaque lieu de formation qui viennent compléter la maquette de base. On ne peut qu'être surpris par le manque d'homogénéité des programmes des trois établissements à la fois dans les présentations et les choix des modules. L'articulation entre CM et TD est justifiée par des apports théoriques et des mises en situation.

Les volumes horaires destinés aux différentes matières de la formation : marketing, management, gestion, etc. semblent bien adaptés. Par contre, le choix de certaines spécificités, comme l'initiation à la langue chinoise à Guynemer ou à Saint Jude aurait pu être mieux justifié. La diversité des deux parcours et des « trois variantes » dans le parcours 2 amène à une diversité dans la nature des contrôles effectués. Cependant, tous les sites proposent une évaluation mixte entre la partie contrôle continue et la partie contrôle terminal. La répartition des coefficients dans chaque UE n'est pas conforme au cahier des charges fixé par l'arrêté de 1999.

L'intervention de professionnels dans la formation, un stage long de 20 semaines minimum en entreprise, le projet tuteuré de 150 heures et l'inclusion dans le programme de pratiques comportementales utiles en entreprise, concourent à la professionnalisation de la formation.

Les effectifs sont globalement en augmentation (de 5 à 23 étudiants pour le parcours 1 et de 48 à 105 étudiants pour le parcours 2) et les taux de réussite sont satisfaisants. Seul le site de Saint Luc connaît une baisse d'effectif en 2012/2013. Par ailleurs, le taux de sélectivité entre les sites est très différent ; pour Guynemer par exemple, le taux de pression (ratio entre nombre de candidats et effectifs) est de 1,2 alors qu'il est de 1,9 pour Saint Jude en ce qui concerne le parcours 2 et 2,6 pour le parcours 1. Le public provient en premier lieu de BTS, puis d'IUT et marginalement de L2. Les candidatures sont très majoritairement locales. Des contrats de professionnalisation sont proposés, et leur nombre est très différent d'une année à l'autre. La croissance des contrats de professionnalisation est importante pour Saint Jude (parcours 2) et devient marginale pour Saint Luc ; ces chiffres auraient dû être expliqués et analysés.

La cohérence entre le contexte socio-économique et chaque spécialité de la licence professionnelle est quelque peu difficile à établir au regard du taux d'insertion. Une enquête est menée pour chaque promotion mais le faible taux de répondants (37 %) ne permet pas une analyse pertinente de l'insertion. En prenant appui sur les chiffres donnés, l'insertion professionnelle immédiate est moyenné à un taux de 64 % et le taux de poursuite d'études est important et globalement supérieur à 30 % sur les diverses formations. Par ailleurs, on peut noter une grande diversité dans les fonctions occupées (employé, conseiller, assistante commerciale) et les secteurs d'activité au sein d'un même établissement. Certains emplois ne présentent pas de lien avec la formation. Une analyse sur ce sujet aurait été souhaitable.

Il n'y a pas de convention de partenariat mais des relations avec les entreprises ou des associations comme le Rotary sont indiquées. Le nombre d'heures d'enseignements attribué aux professionnels extérieurs est très important, entre 60 et 75 % du volume horaire global. S'il est nécessaire d'avoir un nombre d'heures conséquent assuré par des professionnels (au moins 25 %), il semble que leur place dans ces formations soit quelque peu disproportionnée, au regard de celle occupée par l'équipe enseignante dans les différents établissements.

Les fonctions de ces professionnels dans les entreprises ne sont pas fournis dans le dossier ce qui ne permet pas de donner un avis sur la pertinence de leurs interventions.

L'accent n'est pas assez mis sur la question du pilotage qui est pourtant un élément essentiel pour des formations présentes sur plusieurs sites en ayant chacune leur spécificité. Les enseignants de l'ICL et les enseignants chercheurs sont absents des équipes pédagogiques, ce qui nuit au caractère universitaire de la formation. Le conseil de perfectionnement n'est réuni de manière formelle et régulière dans aucun des trois établissements concernés.

- Points forts :
 - Un référentiel bien structuré.
 - Une insertion dans le tissu local.
 - La pérennisation de la formation.

- Points faibles :
 - Le pilotage déficient : manque de cohérence entre les trois sites et implication faible, voire inexistante, des enseignants des établissements.
 - L'insertion insuffisante attestée par un taux de poursuite d'études important.
 - La faiblesse de l'analyse et des actions correctives de ces insuffisances, voir l'absence de prise en compte.

- Recommandations pour l'établissement :

Il serait souhaitable d'étudier :

- la pertinence de la spécialisation et l'évolution vers une formation plus basique (quitte à garder une spécialisation internationale dans l'un des 4 établissements).
- les aménagements du pilotage de l'ensemble.

Il conviendrait de mettre en place un suivi systématique et régulier du suivi des étudiants, qui permettront aux responsables et aux conseils de perfectionnement, lorsque ceux-ci seront mis en place, de réfléchir aux évolutions et aux orientations à donner à cette spécialité.

L'équipe pédagogique gagnerait à s'élargir aux enseignants de l'établissement et aux enseignants chercheurs, ce qui permettrait de tisser des liens avec les équipes de recherche et les autres formations.



Observations de l'établissement

L'établissement n'a pas fourni d'observations.