

REPUBLIQUE DU SENEGAL

Un Peuple – Un But – Une Foi

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE

AUTORITE NATIONALE D'ASSURANCE QUALITE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR



**RAPPORT D'EVALUATION EXTERNE DE LA LICENCE
PROFESSIONNELLE EN SCIENCE DE GESTION : OPTION
« MARKETING ET COMMUNICATION »**

**DE L'INSTITUT DE FORMATION EN ADMINISTRATION ET EN
CRÉATION D'ENTREPRISE (IFACE) DE LA FACULTE DES SCIENCES
ECONOMIQUES ET DE GESTION DE L'UNIVERSITE CHEIKH ANTA
DIOP DE DAKAR (UCAD)**

L'équipe d'évaluation:

- **Pr. Birahim GUEYE, Président**
- **Dr. Mamadou Diouma DIALLO, Membre**
- **M. Ababacar DIENG, Membre**

Signature

Pour l'équipe, le Président

Juin 2017

Table des matières

Introduction.....	3
1. Présentation de l'institution et du programme.....	3
2. Avis sur le rapport d'auto-évaluation	8
3. Description de la visite sur le terrain	8
4. Appréciation du programme au regard des standards de qualité de l'ANAQ-SUP.....	10
5. Points forts du programme.....	17
6. Points faibles du programme	17
7. Appréciations globales du programme	18
8. Recommandations à l'établissement.....	19
9. Proposition de décision.....	20

Introduction

L'Institut de Formation en Administration et en Création d'Entreprise (**IFACE**) de la Faculté des Sciences Economiques et de Gestion (**FASEG**) de l'Université Cheikh Anta Diop de Dakar (**UCAD**) a présenté à l'Autorité Nationale d'Assurance Qualité (ANAQ-SUP) un rapport d'auto-évaluation du programme de Licence Professionnelle en Sciences de Gestion : Option Marketing et Communication (LPSG-MCO) en vue d'obtenir un agrément définitif du Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche.

L'ANAQ-SUP a désigné une équipe d'experts évaluateurs externes composée du Pr Birahim GUEYE (Président), du Dr Mamadou Diouma DIALLO et de Mr Ababacar DIENG pour procéder à l'évaluation de la Licence Professionnelle en Sciences de Gestion : Option Marketing et Communication.

Le vendredi 03 juin 2016, l'équipe a effectué une visite à l'IFACE (FASEG), en vue de vérifier si le programme en question satisfait aux standards de qualité de l'ANAQ-Sup.

Ce présent rapport est établi par l'équipe d'évaluateurs externes conformément au format de présentation recommandé par l'ANAQ – SUP.

1. Présentation de l'institution et du programme

1.1-Présentation de l'Institution

C'est à la faveur de la réforme de 1994 que l'Institut de Formation en Administration et en Création d'Entreprise (IFACE) a été créé au sein de la FASEG de l'UCAD pour répondre à une demande spécifique en matière de formation professionnalisante.

En plus de l'IFACE, la Faculté des Sciences Economiques et de Gestion (FASEG) compte :

- le Centre de Recherche et de Formation pour le Développement Economique et Social (CREFDES)
- trois (3) départements : Sciences Economiques, Sciences de Gestion et Techniques Quantitatives de Gestion ;
- deux (2) centres de recherche : le Centre de Recherche Économique Appliquée (CRÉA) et le Centre de Recherche et d'Études en Gestion de l'Entreprise (CREGE).

L'autorité de la Faculté est assurée par un Doyen assisté d'un Assesseur. Le Chef des Services administratifs coordonne toutes les tâches administratives.

Au démarrage des cours, l'IFACE comptait quatre (4) formations de base : un de premier cycle (le DUG) et trois de troisième cycle (DESS en AUDIT, FINANCE, et CAE.). Depuis lors, les filières se sont diversifiées et le système LMD a été adopté.

L'objectif principal de l'IFACE est de développer une offre professionnalisante en gestion des entreprises afin d'assurer à ses étudiants et auditeurs une bonne insertion professionnelle.

Cet objectif principal se décline en objectifs spécifiques :

- Développer chez les apprenants de réelles compétences en gestion des entreprises ;
- Donner une opportunité à tous les étudiants qui le désirent, la possibilité de créer et de développer leur propre entreprise ;
- Développer chez les étudiants un esprit d'initiative, de dynamisme et de créativité fondé sur des connaissances générales et techniques avérées et respectant le plus fidèlement les valeurs incarnées à la fois par le travail personnel et en équipe.

Plus précisément et conformément à sa mission de base, l'IFACE vise à :

- Aider de jeunes étudiants à identifier, concevoir, développer et mettre en application un projet professionnel ;
- Donner à ses auditeurs des compétences techniques et les outils de gestion nécessaires à la matérialisation de ces compétences ;
- Faciliter la reconversion de cadres désireux d'évoluer dans les différents domaines de la gestion ;
- Aider des chefs d'entreprises à consolider et diversifier leurs activités. Ce dernier aspect consiste en une assistance technique et logistique, une aide à la décision particulièrement précieuse pour les dirigeants de micro-entreprises dépourvues d'encadrement structuré.

L'IFACE ouvre sa formation à un public national et sous régional. Mais le cœur de cible est constitué par les jeunes sénégalais et Ouest-africains qui obtiennent le baccalauréat et qui souhaitent suivre une formation en gestion des entreprises toutes disciplines confondues.

L'IFACE vise également, à titre secondaire, les personnels des entreprises et organisations diverses qui cherchent à améliorer leur profil et renforcer leurs compétences en gestion des entreprises. La prise en charge de cette deuxième cible nationale et sous régionale est faite à travers un dispositif de formation continue fonctionnant à partir de 18 heures.

L'IFACE, sous le couvert de la Faculté des Sciences Economiques et Gestion, décerne les diplômes suivants :

1er Cycle :

- Diplôme Universitaire de Gestion (BAC+2)
 - Formation Initiale (Cours du Jour)
 - Formation continue (Cours du soir)
- Licence Professionnelle en Sciences de Gestion (Cours du Jour)
 - Option Marketing / Communication
 - Option Finance / Comptabilité
- Licence Professionnelle en Sciences de Gestion (Cours du Soir)
 - Option Finance / Comptabilité
 - Option Création d'Entreprise et Gestion de Projets
 - Option Marketing et Gestion Commerciale
 - Option Banque et Institutions Financières
 - Option Gestion des Ressources Humaines

2e Cycle :

- Master Professionnel en Sciences de Gestion en 2 ans (Cours du jour)

Spécialités :

- Finance
- Audit - Contrôle de Gestion
- Banque et Institutions Financières
- Création d'Entreprise et Gestion de Projets
- Marketing et Gestion Commerciale
- Gestion des Ressources Humaines
- Finance Islamique
- MBA / CAE

1.2-Description du programme de licence professionnelle en MCO

La Licence Professionnelle en Sciences de Gestion : Option Marketing et Communication a été introduite à l'IFACE dans le cadre de l'accord de partenariat signé entre l'Université Cheikh Anta DIOP et l'Ecole Supérieure de Commerce de Clermont Ferrand.

Un avenant à l'accord avait permis la mise sur pied d'une licence en Marketing Communication et une autre Licence en Banque et Institutions Financières.

Les étudiants titulaires de la licence devaient être détenteurs d'un double diplôme : celui de l'UCAD et celui de Clermont Ferrand avec la possibilité d'aller faire les études de deuxième cycle en France. La partie française n'a pas favorisé l'exécution dudit accord empêchant ainsi les étudiants d'en bénéficier malgré les facilités qui leur sont faites par l'ESC de Clermont Ferrand pour continuer leurs études en France.

C'est dans ce contexte que la Licence Professionnelle en Sciences de Gestion - MCO a été mise en place. La première promotion est lancée en 2010/2011 avec une trentaine d'étudiants. Elle est en phase avec le système LMD et répond à une meilleure adéquation formation-emploi.

La LPSG-MCO a été développée dans le but de répondre à un certain nombre d'objectifs.

1.2.1-Objectifs de la formation

Selon les responsables de l'IFACE, l'objectif de la LPSG-MCO, est d'offrir aux étudiants titulaires d'un DUG ou DEUG ou tout autre diplôme équivalent, une formation visant à en faire des cadres moyens, des entrepreneurs ou des gestionnaires spécialisés en marketing et/ou en communication d'entreprise. Le programme est orienté vers l'acquisition de connaissances pratiques et la maîtrise des aspects fondamentaux du Marketing et de la Communication d'entreprise. L'insertion professionnelle des étudiants devrait se préparer tout au long de la formation à travers des ateliers, des voyages d'études, des conférences, des projets encadrés et des stages.

La LPSG - MCO se propose d'offrir aux diplômés des perspectives entrepreneuriales et managériales. Cette formation, par les outils et méthodes ainsi que par les connaissances et

savoir-faire qu'elle permet d'acquérir, ouvre au développement de compétences conduisant à des carrières dans le métier de communication et gestion commerciale.

La formation est ouverte à toute personne titulaire d'un Bac + 2 dans les sciences de Gestion ou tout autre diplôme jugé équivalent.

L'étudiant titulaire de la licence en Marketing Communication doit être capable de :

- Maîtriser l'environnement de l'entreprise (fondamentaux de la gestion) ;
- Maîtriser les fondamentaux du marketing et de la communication ;
- Maîtriser les démarches (Méthodes et Outils) d'élaboration d'un plan marketing et de communication ;
- Maîtriser les aspects conceptuels du domaine (Publicité, infographie etc.) ;
- Maîtriser le processus de développement d'une politique de communication d'entreprises ;
- Appréhender les fondamentaux du graphisme.

1.2.2-Débouchés de la LPSG - MCO

La formation en Licence professionnelle MCO offre aux diplômés des métiers divers dans le domaine de la communication d'entreprise et de la gestion de manière générale. La formation, tant au niveau du parcours académique qu'au niveau du parcours professionnel, donne aux apprenants l'opportunité de poursuivre des études en Master Professionnel, mais aussi la possibilité d'intégrer le monde professionnel.

1.3-Identification du Programme LPSG - MCO

Nom de la formation	Licence Professionnelle en Sciences de Gestion ; Option Marketing & Communication
Domaine	Economie et Gestion
Mention	Gestion
Parcours	Professionnel
Cycle	Licence
Nombre de crédits du programme	180
Nombre d'inscrits 2013-2014	(dix) 10
Université de rattachement	Université Cheikh Anta Diop (UCAD)
Faculté de rattachement	Faculté des Sciences Economiques et de Gestion
Institut de rattachement	Institut de Formation en Administration et en Création d'Entreprise (IFACE)

2. Avis sur le rapport d'auto-évaluation

Le rapport d'auto-évaluation présenté par l'IFACE est un document de 51 pages avec des annexes et respecte globalement le canevas défini par le guide d'auto-évaluation fourni par l'ANAQ-Sup.

Les objectifs de la formation, les compétences attendues et les cibles visées ressortent clairement dans le rapport d'auto-évaluation.

S'agissant des réponses apportées aux différents champs et standards du référentiel de programme, le rapport renvoie généralement à une liste d'annexes. Le document est didactique et est facile à lire. Des aides à la lecture comme des synthèses des résultats et des tableaux présentant les forces et faiblesses ainsi que les perspectives d'amélioration sont ainsi élaborées à la fin de l'évaluation de chaque champ.

Globalement le rapport est bien rédigé et témoigne de la volonté de l'équipe à apporter des réponses concrètes aux différentes questions. Toutefois, certaines insuffisances sont relevées notamment en ce qui concerne le contenu et l'intitulé de la formation, l'absence de référent attitré du programme et la faiblesse du nombre d'étudiants suivant la formation. Un nombre important d'éléments de preuve énoncés et ne figurant pas dans le dossier des annexes fourni, est également une des faiblesses à relever.

3. Description de la visite sur le terrain

3.1-Organisation et déroulement de la visite

L'équipe d'évaluateurs externes de l'ANAQ-SUP, a démarré la visite à l'IFACE Dakar le vendredi 02 juin 2016 à 09H00. L'équipe a été reçue par La Direction de l'Institut dans la salle de conférence pour démarrer les entretiens en présence des principaux responsables :

- Ibrahima Samba DANKOCO (Directeur)
- M. Papa Amadou DIOP (Directeur des études)
- M Bacary KOTE (Responsable pédagogie)
- M. Mouhammed Badji (Enseignant –Chercheur FASEG)
- M. Ngagne Dia (Enseignant, chargé de cours)
- M. Idrissa Ly (Enseignant Chercheur FASEG)
- Assane Fall (Enseignant-chercheur FASEG) etc.

Après les présentations, le Professeur DANKOCO Directeur de l'IFACE a présenté brièvement l'institution et rappelé la genèse de celle-ci, son évolution, les objectifs visés et a salué la présence de l'équipe d'évaluateurs de l'ANAQ SUP, dont le but est de favoriser un enseignement de qualité dans le Supérieur.

Le Pr Birahim GUEYE, au nom de l'équipe des experts, a indiqué les objectifs de la mission d'évaluation et a proposé un léger aménagement du planning de travail. Après validation, le Pr Brahim GUEYE a donné la parole aux responsables du programme.

La présentation a été suivie d'échanges fructueux au cours desquels plusieurs documents ont été demandés. Cette rencontre a pris fin à 11H30.

Les activités de la journée sont résumées dans le tableau suivant :

Horaires	Activités
08h 30 – 09H00	Arrivée de la délégation des experts
09h 30 – 11h 30	Discussions avec les responsables du programme (Directeur des études, Responsable de service etc.)
11h 30 – 13h 00	Entretiens avec les différentes composantes (PER, PATS, Etudiants)
13h00 – 15h 00	Pause-déjeuner
15h 30 – 16h 30	Visite des locaux (salles de cours, laboratoires, bureaux, etc.)
16h 30 – 17h 30	Réunion d'harmonisation entre les experts
17h 30 – 18h 00	Restitution orale des premiers éléments d'appréciation

3.2-Appréciation de la visite des locaux

La visite des locaux du programme de **LPSG – MCO** s'est déroulée en compagnie de Monsieur Bacary KOTE, Chef Service Scolarité de l'IFACE.

Les personnels et étudiants présents lors de cette visite aux différents postes de travail et salles de cours ont répondu aux préoccupations et questions des experts évaluateurs externes. Le sentiment général qui se dégage est que le programme de **LPSG - MCO** dispose

d'infrastructures en nombre suffisant par rapport aux effectifs actuels qui sont relativement faibles. La configuration actuelle des bâtiments permet une évacuation rapide en cas de nécessité. Cependant des améliorations doivent être apportées dans l'entretien des salles et équipements (ordinateurs, chaises, peintures des salles de cours, tableaux etc.). Le bon fonctionnement des moyens de sécurité est à assurer.

4. Appréciation du programme au regard des standards de qualité de l'ANAQ-SUP

Le programme du **LPSG – MCO** est conforme au système LMD et en adéquation avec les standards internationaux. La synthèse de la grille d'analyse du programme d'études au regard des standards de qualité est présentée ci-dessous :

Champ d'évaluation 1 : Objectifs et mise en œuvre du programme d'études

Standard 1.01 : Le programme d'études est régulièrement dispensé

Le programme LPSG - MCO est dispensé régulièrement depuis 2010 à une dizaine d'étudiants en moyenne.

Appréciation globale sur le standard : *Atteint*

Standard 1.02 : Le programme d'études et de formation vise des objectifs de formation qui correspondent à la mission et à la planification stratégique de l'institution.

Le programme LPSG - MCO s'est donné pour objectifs de former de futurs cadres intermédiaires dans les principaux domaines du marketing et de la communication d'entreprise. La maquette n'intègre pas suffisamment le volet communication dans l'offre de formation. Cependant le programme s'inscrit naturellement dans les missions de l'institution. La stratégie de l'institution est élaborée à l'échelle de l'Université Cheikh Anta Diop. Il serait utile de disposer du document de stratégie pour une appréciation plus nette du niveau d'alignement entre le programme LPSG MCO et la stratégie de l'UCAD.

Appréciation globale sur le standard : *Atteint*

Standard 1.03 : Le programme d'études s'efforce de maintenir des relations suivies avec le monde professionnel et socio-économique, dans le but de contribuer, selon ses moyens, à la réponse aux besoins du milieu et d'offrir des formations adaptées au milieu de travail.

L'implication des professionnels dans la mise en place du programme, dès le début du processus, n'apparaît pas de manière formelle à travers des documents administratifs (éléments de preuve).

Quelques conventions de partenariat avec le monde professionnel sont signées ; mais cela est insuffisant et les conventions doivent être orientées vers des activités en rapport avec la formation marketing et communication.

L'organisation de journées de l'Entrepreneuriat, du Marketing et de la Marque sénégalaise est prévue par l'Institution mais aucune preuve d'organisation de ces événements n'a été fournie.

Certes des lettres de demande de stage sont établies pour les étudiants mais sans accompagnement de la part de l'institution.

Le Bureau Insertion en relation avec les entreprises n'existe pas encore. Cependant sa création est prévue dans le budget 2015 /2016.

Appréciation globale sur le standard : Non Atteint

Champ d'évaluation 2 : Organisation interne et gestion de la qualité

Standard 2.01 : Les processus, les compétences et les responsabilités décisionnelles sont déterminées et communiqués à toutes les personnes concernées.

L'IFACE est organisé par département. La LPSG MCO est logée dans le département Marketing dirigé par le Professeur Dankoco, par ailleurs directeur de l'Institut. Nous recommandons une gestion plus directe du programme en nommant par exemple un responsable dédié.

Appréciation globale sur le standard : Atteint

Standard 2.02 : Le Personnel d'Enseignement et/ou de Recherche (PER) a pris une part active aux processus décisionnels menant à la mise en œuvre du programme.

Sur l'orientation et le contenu pédagogique du programme de formation, le programme de formation LPSG - MCO a été en grande partie élaboré ou révisé par les enseignants et responsables de l'IFACE.

Appréciation globale sur le standard : Atteint

Standard 2.03 : Le programme d'études fait l'objet de mesures d'assurance qualité. L'institution utilise les résultats afin d'adapter périodiquement l'offre d'études.

Comme toutes les autres composantes de l'UCAD, l'IFACE s'appuie de la Cellule Interne d'Assurance Qualité (CIAQ) pour assurer un suivi sur le plan de la qualité de ses programmes. Il est ainsi mis en place des évaluations des enseignements. Mais les résultats de ces fiches ne sont pas, pour l'instant, exploités de manière formalisée pour en tirer des conclusions.

Appréciation globale sur le standard : Partiellement Atteint

Champ d'évaluation 3 : Curriculum et méthodes didactiques

Standard 3.01 : Le programme d'études dispose de maquette structurée et de plans de cours correspondant à une mise en œuvre coordonnée du LMD dans les établissements d'enseignement supérieur du Sénégal.

La maquette du programme répond aux standards LMD. Cependant, on note un fort déséquilibre entre les matières du Marketing et celles de la communication. L'intitulé du programme doit être revu en conséquence. On note également un problème de cohérence dans la répartition des volumes horaires des modules de cours et les modalités d'enseignement (Cf. Informatique, Infographie, Anglais entre autres). Conformément aux réponses fournies par l'établissement, un (repositionnement) ou une clarification de l'orientation du programme est nécessaire. Il est ainsi déclaré : « *Communication doit être vue comme une spécialité du marketing. Il y a une relation d'inclusion entre les deux notions ; la communication étant juste une variable de base du marketing. On n'est pas ici dans une formation de type « double compétences » parce qu'on ne distingue pas le marketing de la communication.* » L'intitulé de la formation devrait refléter cette mise au point.

Appréciation globale sur le standard : Partiellement Atteint

Standard 3.02 : Le programme d'études couvre les aspects principaux de la discipline. Il permet l'acquisition de méthodes de travail scientifiques, garantit l'intégration de connaissances scientifiques et se préoccupe de préparer l'étudiant au marché du travail. Les méthodes d'enseignement et d'évaluation sont définies en fonction des objectifs de formation.

Le programme de la LPSG - MCO permet d'acquérir le socle de connaissances nécessaires à une formation beaucoup plus en marketing qu'en communication. Les méthodes d'enseignement et

d'évaluation sont définies en fonction des objectifs de formation mais le programme souffre du manque de certains modules important notamment « l'entrepreneuriat et/ou le développement personnel » et du manque de suivi pour l'insertion des étudiants dans le monde du travail.

Appréciation globale sur le standard : *Partiellement Atteint*

Standard 3.03 : Les conditions d'obtention des attestations et des diplômes académiques sont réglementées et publiées.

Les conditions d'obtention des attestations et des diplômes académiques sont réglementées et publiées à travers le site de l'UCAD (voir l'onglet réforme du lien <http://www.ucad.sn/>).

Appréciation globale sur le standard : *Atteint*

Standard 3.04 : Le programme maintient un taux de réussite satisfaisant. Au besoin, il n'hésite pas à prendre les mesures nécessaires pour faciliter la progression des étudiants.

Le taux de réussite avoisine les 85 à 90% depuis la mise en œuvre du programme. Ces informations sont accessibles à partir des statistiques sur les PV de délibération

Appréciation globale sur le standard : *Atteint*

Champ d'évaluation 4 : Personnel d'Enseignement et/ou de Recherche (PER)

Standard 4.01 : L'enseignement est dispensé par un corps enseignant compétent du point de vue didactique et qualifié scientifiquement.

Le corps enseignant est composé en grande partie d'enseignants de la FASEG et de professionnels du secteur de la gestion. L'IFACE dispose également d'un vivier d'enseignants vacataires. Aucun spécialiste, par exemple ayant un grade de docteur en communication, n'est répertorié pour donner un relatif équilibre entre les deux axes du programme.

Nous ne disposons pas assez d'éléments pouvant nous permettre d'apprécier le profil du corps enseignant, car le dossier fourni comporte seulement un CV et deux syllabus de cours qui gagnerait par ailleurs à être harmonisés. Un complément de documents de preuve est nécessaire pour une meilleure appréciation du corps professoral.

Appréciation globale sur le standard : *Atteint (sous réserve des recommandations faites au niveau du standard 3.01)*

Standard 4.02 : La répartition du volume horaire consacré aux activités d'enseignement, de recherche, d'expertise et d'administration des enseignants est définie.

L'IFACE ne dispose pas d'un corps professoral spécifique et tire ses enseignants principalement dans le corps professoral de la FASEG. Les heures d'enseignement ainsi effectuées à l'IFACE sont en dehors de leur charge statutaire. Nos craintes que cela affecte les activités de recherche s'effacent au vu des résultats obtenus par la FASEG au concours d'agrégation, les inscriptions de ses enseignants sur les listes d'aptitudes aux fonctions de Maître Assistant ou de Professeur Titulaire, ou encore les thèses soutenues régulièrement. Il faut reconnaître que concernant les vacataires, les volumes horaires d'enseignement sont clairement spécifiés dans l'arrêté de vacation signé par le Directeur de l'institut.

Appréciation globale sur le standard : Atteint

Standard 4.03 : La mobilité du PER est possible.

Comme déjà indiqué, l'équipe pédagogique est composée essentiellement d'enseignants-chercheurs de la FASEG qui bénéficient des possibilités de l'Université pour avoir une mobilité nationale et internationale. L'accord de partenariat signé avec l'école de commerce de Clermont Ferrand aurait pu contribuer à favoriser davantage la mobilité du PER entre les deux structures partenaires.

Appréciation globale sur le standard : Atteint

Champ d'évaluation 5 : Étudiants

Standard 5.01 : Les conditions d'admission dans le programme sont publiées.

Les conditions d'admission sont bien précisées dans le diplôme de licence et reprises dans les textes de la licence Marketing Communication et communiquées aux étudiants.

Les conditions d'admissions sont publiées également à travers des affiches et des dépliants.

Appréciation globale sur le standard : Atteint

Standard 5.02 : L'égalité des chances entre hommes et femmes est réalisée.

Il n'y a pas de mesures discriminatoires aussi bien pour les hommes que pour les femmes. Seul le mérite est le point de distinction entre étudiants et l'anonymat pendant les examens assure l'égalité entre tous les étudiants sans distinction de sexe. La proportion de femmes tourne autour de 50 à 60%.

Appréciation globale sur le standard : Atteint

Standard 5.03 : La mobilité des étudiants est possible et encouragée par la reconnaissance mutuelle interuniversitaire et interdisciplinaire des acquis.

Les diplômes délivrés par l'IFACE sont conformes aux standards et à l'esprit LMD. La capitalisation d'UE et leur valorisation dans le cadre de programme de mobilité interuniversitaires est donc possible. Toutefois, l'institut IFACE gagnerait à mettre en place un dispositif d'accompagnement pour encourager la mobilité des étudiants. La convention signée avec l'école de commerce de Clermont Ferrand constituait un levier important pour favoriser la mobilité des étudiants et enseignants. La suspension de l'accord de partenariat doit amener l'institution à activer d'autres pistes pour trouver d'autres établissements partenaires et encourager la mobilité.

Appréciation globale sur le standard : Partiellement Atteint

Standard 5.04 : Il est pourvu à un encadrement adéquat des étudiants.

Le fait de pouvoir disposer du corps professoral de la FASEG est autant un atout qu'une contrainte notamment en matière d'encadrement. Les professeurs sont très peu disponibles et n'assurent pas toujours un suivi régulier des travaux des étudiants ce qui a tendance à allonger les durées de rédaction de mémoires. Nous suggérons un meilleur accompagnement des étudiants.

Appréciation globale sur le standard : *Partiellement atteint*

Standard 5.05 : Le programme se préoccupe de l'insertion des étudiants dans le milieu du travail.

Il n'existe pas encore de Bureau Insertion en relation avec les entreprises pour le suivi de l'insertion des étudiants dans le monde professionnel.

Toutefois, la possibilité est accordée aux étudiants d'effectuer un stage en milieu professionnel. La rédaction de lettre de recommandation au profit des étudiants témoigne d'une prise en compte réelle de l'insertion des étudiants même si les efforts se révèlent encore insuffisants au vue de l'orientation professionnelle de la formation. Un bureau de suivi et d'orientation professionnel des étudiants serait utile et permettrait ainsi de mieux exploiter le bassin de partenaires potentiels afin d'encourager l'insertion professionnelle des étudiants de l'IFACE.

Appréciation globale sur le standard : *Non atteint*

Champ d'évaluation 6 : Dotation en équipements et en locaux

Standard 6.01 : Le programme d'études dispose de ressources suffisantes pour réaliser ses objectifs. Elles sont disponibles à long terme.

L'IFACE dispose d'infrastructures pédagogiques (salles de cours, TD et TP) en quantité suffisante par rapport aux effectifs.

La qualité de la connexion internet et les équipements pédagogiques devraient être renforcés.

Appréciation globale sur le standard : Atteint

5. Points forts du programme

La Licence Sciences de Gestion option Marketing et Communication de l'IFACE présente beaucoup de points forts qui inscrivent la formation dans une démarche qualité :

- L'orientation professionnelle du projet pédagogique ;
- La conformité de la maquette de formation avec les exigences du système LMD ;
- La souplesse dans l'organisation des cours ;
- La disponibilité et l'accessibilité de l'équipe pédagogique ;
- La variété et l'innovation dans l'offre de formation ;
- La pertinence et la variété des formats pédagogiques ;
- Le cadre de travail très satisfaisant ;
- Le nombre important de salles de classe et de bureaux sur le site ;
- L'aménagement d'une salle des professeurs ;
- Le taux de rémunération attractif pour les vacataires ;

6. Points faibles du programme

Des insuffisances et manquements relatifs à l'offre et l'organisation de la formation ont été relevés. Malgré des points forts certains, la formation gagnerait à améliorer les points faibles ci-après :

- L'intitulé de la formation qui ne reflète pas la réalité de l'offre ;
- Le déséquilibre conséquent entre enseignements relatifs au marketing et ceux relatifs à la communication ;
- L'absence d'enseignants référents (docteurs en sciences de l'information et de la communication) et de professionnels de la communication ;
- L'absence de formalisation des accords et pratiques pédagogiques en cours ;
- L'absence d'informations complètes sur les profils de sortie ;
- L'absence de syllabus et de modèle harmonisé de présentation du contenu ;
- L'absence des CV des intervenants dans la formation Marketing et Communication ;
- L'absence de partenariat effectif et formalisé avec le monde professionnel ;
- La situation de précarité du Personnel Administratif et Technique (PATS) dont les contrats sont renouvelés annuellement depuis 2003 pour certains ;

- La disposition de la salle de documentation, exigüe et très peu dotée en ressources documentaires

7. Appréciations globales du programme

L'IFACE, institut de la Faculté des Sciences Economiques et de Gestion (FASEG) de l'Université Cheikh Anta Diop de Dakar déroule depuis 2009 le programme Licence Professionnelle en Sciences de Gestion option Marketing et communication des Organisations (LPSG-MCO). Des promotions sont effectivement sorties et le taux d'insertion des étudiants seraient relativement correct. Pour une meilleure appréciation, une tenue plus régulière des statistiques est d'une nécessité absolue. Ledit programme a pour objectif principal de former des cadres intermédiaires dans les domaines du marketing et de la communication d'entreprise. Globalement, la mission d'experts chargée d'évaluer le programme conformément aux standards définis par l'ANAQ SUP constate une exécution régulière du programme dans un cadre approprié notamment en termes de disponibilité de locaux, d'équipements, de déroulement des enseignements.

Un déséquilibre fort existe entre le marketing et la communication tel que le programme soumis à notre évaluation est configuré. Le contenu est essentiellement marketing. Les aspects fondamentaux en Communication sont absents. Un réel problème de positionnement du programme est ainsi noté nous amenant à suggérer une réflexion approfondie à ce niveau. Une piste suggérée est de se focaliser sur le marketing tout en maintenant dans le programme les modules pratiques en communication dont les contenus sont utiles pour un bon marketing manager. Les réponses apportées par l'administration de l'IFACE nous rassurent mais nous obligent à suggérer que cela se traduit clairement dans l'intitulé et la présentation générale du programme.

Il a été aussi constaté que les procédures de recrutement des étudiants relèvent d'une démarche rigoureuse marquée par une sélection à l'occasion d'un test sérieux.

Les étudiants recrutés en formation initiale sont généralement titulaires d'un bac (toute série confondue) et viennent de toutes les régions du Sénégal et de la sous-région. Les deux premières années sont suivies en tronc commun. Les effectifs après pré spécialisation en Licence 3 sont variables. Le programme marketing et communication a un effectif de 10 étudiants en moyenne.

Le programme fait parfois l'objet d'examen et évaluation à la marge à l'occasion de réunion de bilan annuel. Une institutionnalisation de la révision du programme impliquant des professionnels des domaines couverts est suggérée. Un management plus rapproché des enseignements est souhaité pour amener les enseignants à fournir des syllabus avant le démarrage de leur module. Ces syllabus devront être stockés en lieux sûrs et accessibles au besoin.

Le programme LPSG-MCO présente clairement des points forts mais également des pistes d'amélioration à mettre en œuvre rapidement pour lui assurer une place compétitive dans son espace concurrentiel.

8. Recommandations à l'établissement

- Nomination d'un responsable du programme pour assurer la coordination des enseignements, formaliser la sélection des enseignants, et veiller à la tenue régulière des instances de la formation.
- Adapter l'intitulé du programme en cohérence avec le contenu et le profil des intervenants.
- Tenir compte des spécificités des enseignements dans l'affectation des volumes horaires de cours dans la maquette (CM, TD, TP) notamment pour les modules pratiques ;
- Impliquer davantage les professionnels dans la formation et les associer dans les réunions pédagogiques concernant le programme ;
- Travailler à harmoniser la présentation du syllabus en proposant un modèle standard pour l'ensemble du corps enseignant ;
- Faire des efforts dans la collecte des éléments de preuves et formaliser les relations et partenariats avec les entreprises ;
- Sécuriser les postes stratégiques de la formation et relevant du PATS par la proposition de contrat de titularisation ;
- Faire des efforts dans l'aménagement de la salle de documentation et renforcer le fonds documentaire.
- Renforcer la visibilité du programme en interne comme à l'extérieur de l'institut pour augmenter ses effectifs encore trop faibles ;

- Mettre en place un bureau de suivi et d'orientation des étudiants pour favoriser leur insertion professionnelle.
- Offrir aux étudiants des perspectives de continuation des études à l'intérieur de l'établissement dans le même domaine

9. Proposition de décision

Recommandations à l'ANAQ SUP : Accréditation