

REPUBLIQUE DU SENEGAL

Un Peuple – Un But – Une Foi

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR DE LA RECHERCHE ET DE L'INNOVATION

AUTORITE NATIONALE D'ASSURANCE QUALITE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR
(ANAQ-SUP)



**RAPPORT D'ÉVALUATION EXTERNE DU
PROGRAMME DE LICENCE EN MARKETING
COMMUNICATION DE L'ÉCOLE SUPERIEURE
DES TECHNIQUES DE GESTION (ESTG)**

L'équipe d'évaluation :

- Dr. Mamadou Diouma Diallo, Président
- Dr. Amadou Sidy Aly Ba, Membre
- M. Adama Chimère NDOUR, Membre

Signature :

Pour l'Equipe, le Président

Avril 2018

Table des matières

| | |
|--|----|
| Introduction..... | 3 |
| I. Présentation de l'établissement et du programme | 3 |
| II. Avis sur le rapport d'auto-évaluation..... | 4 |
| III. Description de la visite sur le terrain..... | 4 |
| IV. Appréciation du programme au regard des standards de l'ANAQ-SUP..... | 6 |
| V. Les points forts du programme | 15 |
| VI. Les points faibles du programme | 15 |
| VII. Appréciation générale sur le programme..... | 16 |
| VIII. Recommandations à l'établissement..... | 16 |
| IX. Proposition de décision | 16 |

Introduction

L'Ecole Supérieure des Techniques de Gestion (E.S.T.G.), affiliée au Groupe Bordeaux Ecole de Management (BEM), a présenté à l'ANAQ-Sup un rapport d'auto évaluation de son programme de Licence en Marketing et Communication en vue d'obtenir une accréditation auprès de l'Autorité nationale d'Assurance Qualité du Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche.

L'ANAQ-Sup a désigné une équipe d'experts évaluateurs externes composée du Dr Mamadou Diouma DIALLO de l'UGB/CRAC (Président), Dr Amadou Sidy Aly Ba de l'UGB/SEG (membre) et M. Adama Chimère NDOUR professionnel du Marketing et de la Communication (membre) pour procéder à l'évaluation du programme de la Licence en Marketing et Communication de l'ESTG.

Le Vendredi 22 Décembre 2017, l'équipe a effectué une visite à l'Ecole Supérieure des Techniques de Gestion (E.S.T.G.) en vue de vérifier si le programme de la Licence en Marketing et Communication satisfait aux différents standards de qualité de l'ANAQ-Sup.

Le présent rapport est établi par l'équipe d'évaluateurs externes conformément au format de présentation recommandé par l'ANAQ-Sup.

I. Présentation de l'établissement et du programme

Le programme soumis à notre équipe de l'ANAQ-SUP pour évaluation est une Licence en Marketing Communication de l'ESTG. Le programme de Licence en Marketing Communication est régulièrement dispensé. C'est durant l'année académique 2012-2013 que la Licence a accueilli sa première promotion. Deux (2) Promotions sont déjà sorties, comme le montre le tableau ci-dessous.

Nombre de promotions sorties

| ANNEE | PROMOTION | EFFECTIFS |
|-----------|-----------|-----------|
| 2014-2015 | Licence | 27 |
| 2015-2016 | Licence | 21 |

Pour l'année académique 2016 – 2017, 22 étudiants sont inscrits en Licence 3

Le programme a été révisé en 2016 pour être conforme aux normes du système LMD.

Identification du programme

L'architecture du diplôme se présente comme suit :

Intitulé du diplôme : Licence Spécialisé en Marketing et Communication

Domaine : Sciences Economiques et de Gestion

Mention : Sciences de Gestion **Spécialité :** Marketing et Communication

Cycle : Licence (L1, L2, L3)

Nombre de crédits du programme : 180 crédits

Directeur des Programmes : Dr. Mohamadou Ibnou Arabe KONTEYE, Docteur en Sciences de Gestion.

II. Avis sur le rapport d'auto-évaluation

Le rapport d'auto-évaluation est un document de 53 pages, annexes non comprises.

Sur la forme, c'est un document bien rédigé avec un souci de répondre de manière exhaustive aux attentes de l'ANAQ-Sup. Le document est bien structuré avec un plan très précis. Toutefois, sur un nombre important de questions nous constatons des réponses qui ne sont pas en lien avec le programme soumis à l'évaluation, des erreurs et maladresses pas très significatives à la vue de la consistance du rapport fourni.

Sur le fond, c'est un rapport qui est riche de par la qualité des réponses apportées aux questions du référentiel de l'ANAQ.

III. Description de la visite sur le terrain

3.1. Organisation et déroulement de la visite

ACTIVITES DE 8H30 à 14H 30

L'équipe d'évaluateurs de l'ANAQ-SUP a démarré les activités le vendredi 22 Décembre 2017 à 09H07. Elle a été reçue par les responsables de l'ESTG entre autres du Directeur Général, du directeur des programmes et du Responsable de la Cellule Interne d'Assurance Qualité. Cette rencontre a démarré par la présentation de l'équipe des évaluateurs par la voix du Président Dr Mamadou Diouma Diallo qui a rappelé les objectifs de l'évaluation de l'ANAQ. Il s'en est suivi un mot de bienvenue du Directeur Général et une présentation des responsables de l'ESTG présents. Après validation de l'agenda de la visite, le Directeur Général a procédé à la présentation de l'Institut et du Programme de la Licence de Marketing Communication soumis à l'appréciation des évaluateurs de l'ANAQ Sup.

La séance de travail s'est déroulée en présence des principaux responsables de l'ESTG:

- M. Abdou NDIAYE, Directeur Général
- Dr Ibnou KONTEYE, Directeur des Programmes ESTG
- Dr. Malick FAYE, Représentant du PDG
- Dr. Cheikh Ahmed Tidiane DIENG, enseignant en Comptabilité Générale, Contrôle de gestion, Economie
- Mme, Khady Sall, professionnelle en Marketing
- M.BA Makhama, enseignant Informatique
- Yacine NDIAYE, Assistante administrative et comptable
- Nafy LY, Directrice du Développement et Coordonnatrice CIAQ
- Awa THIOM, Assistante information Promotion

Dans sa présentation, le Directeur Général a mis l'accent sur les missions, la vision et la gouvernance de l'ESTG. Il a ensuite présenté le programme de la Licence en Marketing Communication, ses débouchés et les taux de réussite. Après les différentes présentations, les échanges ont porté sur le rapport d'auto évaluation puis chaque standard du référentiel proposé par l'ANAQ-Sup. Ainsi les experts ont utilisé la grille d'analyse du rapport d'auto évaluation pour poser des questions et demander les éléments probants relatifs aux standards.

Après ce premier niveau d'échanges (Présentation du programme de Licence de Marketing et Communication et discussions), la rencontre avec les différentes parties prenantes (Enseignants, PATS, Etudiants) a démarré à 11heure 30.

La visite des locaux et installations a commencé à 15h 15 dans un immeuble imposant où le Programme de la Licence de Marketing et Communication est déroulé. Les nouveaux locaux de l'ESTG se situent à Sacré Cœur 3, lot n° 3. C'est un immeuble R+3 avec une terrasse ouverte pour l'espace de détente des étudiants. Le bâtiment dispose de salles de cours d'une capacité d'accueil d'environ 50 places, une salle multimédia (1) – une (1) bibliothèque et salle de lecture et des bureaux administratifs.

| ACTIVITES | HORAIRES |
|---|----------------------|
| Entretiens avec les enseignants | 11h /12h30 |
| Entretiens avec les PATS | 12h 35/13h15 |
| Entretiens avec les étudiants | 13h20/ 14h10 |
| Visite des locaux | 15h30 /16h |
| Synthèse de la journée et Débriefing des Evaluateurs | 15h 30 / 16 h |
| Restitution Orale et Clôture de la journée | 16h / 17h |

3.2 Appréciations de la visite

L'accueil de la Direction, de tous les membres du staff, du personnel d'appui et des étudiants a été très cordial et la mission s'est déroulée dans des conditions assez confortables.

Tous les documents, pièces justificatives et éléments de preuve demandés, nous ont été remis avec diligence.

Nous n'avons pas rencontré de difficultés particulières et la mission sur le site s'est très bien déroulée.

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

CHAMP D'ÉVALUATION 01 : Objectifs et mise en œuvre du programme d'études

Standard 1.01 : *Le programme d'études est régulièrement dispensé.*

Le programme de la Licence Marketing Communication est régulièrement dispensé depuis 2012, comme en atteste les PV de délibération. Le programme a pour objectif de former aux métiers du Marketing et de la Communication et a réussi à sortir deux (2) promotions depuis son lancement par l'ESTG.

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 projet pédagogique du programme de l'ESTG est en parfaite cohérence avec ses missions. Il se propose de former des étudiants en Marketing et Communication en mesure d'exercer dans un cadre professionnel. La formation théorique et pratique constitue le socle de l'offre pédagogique et garantissent l'acquisition de savoir et savoir-faire nécessaire pour la professionnalisation et l'employabilité des étudiants.

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*

Le programme de la Licence Marketing Communication de l'EST bénéficie de l'effet de synergie du fait que l'établissement est accompagné par BEM dans sa politique de développement. Des enseignants et des professionnels des deux établissements sont

impliqués dans la conception et l'élaboration du programme même si l'on note un fort déséquilibre entre enseignants et professionnels. Ces derniers étant peu présents dans le cycle de formation, l'établissement gagnerait à impliquer davantage de professionnels pour mieux répondre à ces objectifs de professionnalisation.

Des partenariats sont également signés avec des entreprises, mais sans effets pour les étudiants qui n'en bénéficient pas véritablement d'où l'importance pour l'ESTG d'aller vers des conventions effectives.

Appréciation globale du standard : Partiellement ATTEINT

CHAMP D'ÉVALUATION 02 : Organisation interne et gestion de la qualité

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

L'ESTG dispose d'une organisation relativement simple qui facilite l'organisation interne de l'établissement.

Les processus, les compétences et les responsabilités décisionnelles sont déterminés et communiqués à toutes les personnes concernées.

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.

Le personnel enseignant permanent et les intervenants externes sont occasionnellement mobilisés pour les besoins du programme. De manière générale, ils sont fortement impliqués dans la mise en œuvre de l'offre de formation à travers les cours qu'ils dispensent. Lors des entretiens avec l'équipe pédagogique, les permanents ont souligné leur implication en amont c'est-à-dire dans la phase de conception du programme à travers des réunions et séminaires organisés par l'établissement.

Les étudiants sont représentés dans les instances de décision même si leur implication reste marginale. L'évaluation des enseignements gagnerait également à être systématique et stabilisée pour l'ensemble des modules du programme.

Par ailleurs, les étudiants disposent d'une structure (BDE) qui permet d'animer la vie associative.

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.

Le programme dispose d'une cellule assurance qualité pilotée par une coordonnatrice désignée pour les besoins de l'évaluation, comme indiqué dans le rapport. On y constate toutefois des difficultés relatives au fonctionnement normal de la cellule assurance qualité et qui explique, en partie, l'absence d'éléments probants sur l'évaluation des enseignements, l'exploitation des résultats. Nous ne disposons d'aucun élément de preuve pouvant nous permettre d'affirmer que l'offre de formation est adaptée dans une perspective de recherche qualité. Cette dernière est pour le moment un objectif en chantier.

Appréciation globale sur le standard : NON 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 d'études « Marketing & Communication » n'est pas bien structurée. On note un déséquilibre entre la Communication et le Marketing en faveur de ce dernier. Les plans de cours et syllabus sont très sommaires et incomplets et tous les éléments constitutifs (EC) ne disposent pas de syllabii. La maquette du programme présentée le jour de la visite des experts externes est différente de celle figurant dans le rapport envoyé à l'ANAQ-Sup. Selon la Direction de l'école, cette différence traduit une évolution du contenu du programme afin de mieux prendre en charge les deux dimensions de la formation « Communication & Marketing ». La maquette répond au format LMD avec notamment une semestrialisation des enseignements. Le semestre compte 600 heures et 30 crédits avec une répartition des volumes horaire entre les cours magistraux (CM), les travaux dirigés (TD) et/ ou travaux pratiques(TP) et le travail personnel de l'étudiant(TPE). Cependant, des améliorations doivent être faites dans la maquette pour mettre en évidence la spécialisation Marketing & Communication dès le semestre 4. Les semestres 5 et 6 doivent être consacrés exclusivement à des enseignements fondamentaux en Marketing & Communication. On observe une redondance dans les intitulés des enseignements à des niveaux différents. La maquette, dans son architecture actuelle, ne permet pas aux étudiants de bénéficier d'une formation adéquate pour une spécialisation dans les domaines du Marketing et de la Communication.

Appréciation globale sur le standard : NON ATTEINT

Standard 3.02. Le programme d'études couvre les aspects principaux de la discipline. Il permet l'acquisition de méthodes de travail 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 d'études ne couvre pas tous les aspects principaux de la discipline. Les méthodes d'enseignement et d'évaluation sont définies en fonction des objectifs de formation.

Le programme ne permet pas aux étudiants inscrits d'avoir les connaissances fondamentales en outils de gestion et des connaissances de spécialité dans le domaine du Marketing et de la Communication. Des enseignements en Communication et Marketing digital sont également attendus dans le programme.

Ce dernier prend en charge des enseignements tels que l'entrepreneuriat et le développement

personnel qui sont de nature à préparer les étudiants à l'obtention de stage et l'insertion professionnelle. De plus, l'école dispose d'une direction d'aide à l'insertion et au placement des étudiants en stage.

Appréciation globale sur le standard : Partiellement ATTEINT

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

Les conditions d'obtention des attestations et des diplômes académiques sont règlementées et publiées. Les attestations et les bulletins de notes sont disponibles immédiatement après la délibération mais les étudiants ne pourront en disposer que lorsqu'ils sont en règle avec la finance. Les textes notifiant les conditions de retrait des attestations sont affichés pour une large diffusion. Un manuel de procédures, envoyé après la visite sur le site, permet de vérifier les déclarations sur les procédures administratives.

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

Selon l'Ecole, le programme maintient un taux de réussite satisfaisant sur les trois dernières années.

Il convient toutefois de signaler que les classes de première année sont hétérogènes, car les étudiants en Marketing et Communication y accèdent à partir de différentes séries du baccalauréat (L1, L2, S) et certains ont du mal à suivre les modules de Statistiques, Mathématiques financières et comptabilité dispensés. Pour faciliter la progression de ces étudiants, des cours de renforcement sont à envisager. Un dispositif de remédiation ou de Tutorat doit être mis en place pour renforcer la mise à niveau des étudiants en difficulté.

Appréciation globale sur le standard : Partiellement 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 souffre de l'absence de PER (personnel d'enseignement et de recherche) titulaires d'un doctorat en Communication ou en Sciences de Gestion. Cette faiblesse se fait également sentir dans la composition du Conseil pédagogique dans lequel on ne trouve aucun rang A. Cependant, il y a des docteurs dans d'autres spécialisations et quelques professionnels du domaine du marketing.

Les critères de sélection des enseignants ne sont pas clairement définis. Les dossiers de chaque enseignant intervenant dans la formation et les contrats d'embauche ou de vacation sont disponibles (CV, contrats de collaboration externes, plans du cours).

Les éléments de preuve (contrats de vacation et de collaboration) permettent de distinguer clairement les enseignants permanents des vacataires. Par conséquent, il nous a été difficile de déterminer la part des enseignements assurée par les enseignants permanents.

Appréciation globale sur le standard : NON ATTEINT

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

Les contrats des enseignants stipulent l'activité d'enseignement. La politique pour le développement de la recherche est inexistante. Les enseignants permanents ne réalisent pas d'activités relatives à la recherche et l'établissement, pour le moment, ne s'inscrit pas dans une politique active visant à encourager la recherche.

Appréciation globale sur le champ : NON ATTEINT

Standard 4.03 : La mobilité du PER est possible.

L'ESTG fait partie du Groupe BEM qui dispose d'une coopération internationale avec des établissements d'enseignement supérieur. Toutefois, il n'y a pas de mobilité des enseignants au niveau international.

L'EST gagnerait à signer des conventions avec d'autres établissements au niveau national ou international afin d'assurer le volet de la mobilité qui fait partie des objectifs du système LMD.

Appréciation globale sur le standard : NON ATTEINT

CHAMP D'ÉVALUATION 5 : Étudiant(e)s

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

Les conditions d'admission dans le programme sont publiées et portées à la connaissance des étudiants : prospectus, affichage entre autres.

Les programmes sont publiés dans les dépliants de communication ; de même on note une différence dans les appellations des programmes de Licence sur ces dépliants.

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

Standard 5.02. L'égalité des chances entre hommes et femmes est réalisée à l'entrée et au cours de la formation

L'égalité des chances entre hommes et femmes est respectée. Il n'y a aucune discrimination constatée entre les hommes et les femmes dans les conditions et procédures d'admission et dans l'organisation et le déroulement des études.

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

Standard 5.03. La mobilité des étudiant(e)s est possible et encouragée par la reconnaissance mutuelle interuniversitaire et interdisciplinaire des acquis.

Le système LMD appliqué ne permet pas une mobilité des étudiants. Le programme doit permettre de recevoir des étudiants d'autres institutions par l'application des crédits capitalisables et transférables (CECT). La mobilité nationale et internationale n'est pas réelle en raison de l'absence de conventions de partenariat au niveau national et une seule au plan international.

Appréciation globale sur le standard : NON ATTEINT

Standard 5.04. Il est pourvu à un encadrement adéquat des étudiant(e)s.

Le taux d'encadrement est correct si on considère l'effectif total des étudiants comparé au nombre d'intervenants. Toutefois, on note un manque d'enseignants-chercheurs spécialisés en Communication et en Sciences de Gestion. En troisième année de Licence, les effectifs sont réduits, moins de 20 étudiants en général par classe, par contre les effectifs en L 1 et L2 sont plus importants du fait des cours en tronc commun avec d'autres filières très éloignées du Marketing et de la Communication.

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

Standard 5.05. Le programme se préoccupe de l'insertion des étudiant(e)s dans le milieu du travail

Dans le programme évalué, le stage est rendu obligatoire à partir du semestre 4 puisque crédité. Les étudiants en Licence 3 présentent un rapport de stage à soutenir devant un jury. Le nombre

de conventions de partenariat et de stage noués avec les entreprises dans le domaine de spécialisation est très correct. L'ESTG dispose d'une direction chargée de l'insertion et du développement ses étudiants.

Appréciation globale sur le standard : 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'Institution dispose de salles de cours, d'une salle d'informatique, d'une bibliothèque numérique, d'un service de scolarité, d'une salle des professeurs à équiper, de toilettes avec séparation hommes/femmes, et de bureaux pour le personnel.

Les salles de cours sont bien aérées et équipées en matériel pédagogique et tables bancs et tableaux.

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

V. Les points forts du programme

- Emplacement géographique accessible ;
- Existence d'infrastructures et d'équipements pour le déroulement du programme ;
- Notoriété et visibilité du groupe ;
- Accompagnement et synergie avec BEM ;
- Dynamisme et implication de l'équipe administrative (esprit d'équipe) ;
- Organigramme lisible ;
- Cadre de travail correct ;
- Connexion internet accessible ;
- Contrats de travail avec le personnel formalisé ;
- Cahiers de texte disponibles et remplis ;
- Existence d'un logiciel de gestion des notes mais difficulté dans son exploitation ;
- Présence dans la maquette de modules de coaching et développement personnel ;
- Existence de conventions de partenariat avec des entreprises ;
- Existence d'un dispositif d'accompagnement et d'aide à l'insertion professionnelle

VI. Les points faibles du programme

- Déséquilibre dans la maquette entre la communication et le marketing ;
- Inadéquation entre l'offre de formation et les profils de sortie ;
- Absence d'UE fondamentale et de spécialisation en fin de parcours (L3) ;
- Maquette trop généraliste et peu orientée dans le Marketing et la Communication
- Redondance dans les appellations de certaines UE entre différents niveaux et semestres ;
- Absence de syllabus harmonisé ;
- Absence de bibliothèque physique ;
- Absence du volet digital dans la formation ;
- Méconnaissance de la maquette du programme par les étudiants ;
- Faible présence dans le corps professoral de PER spécialisé en Gestion et Communication ;
- Absence de PER de rang A dans le Conseil scientifique ;
- Absence de retour d'évaluation des enseignements à l'endroit des enseignants ;
- Absence de politique de recherche et mesures d'accompagnement au profit des enseignants ;
- Absence de mobilité des étudiants ;

Absence de mobilité du PER ;

VII. Appréciation générale sur le programme

Le programme de Communication et Marketing de l'Ecole Supérieure des Techniques de Gestion (ESTG) est une licence qui, du point de vue du projet pédagogique, est pertinente et répond aux besoins actuels du marché de l'emploi au Sénégal. Il est piloté par une équipe dynamique et fortement impliquée dans le projet pédagogique. Toutefois, le contenu proposé et l'orientation générale de la maquette souffre d'un certain nombre d'insuffisances qu'il convient de corriger afin de faire correspondre l'offre pédagogique au profil de sortie et améliorer l'employabilité des étudiants.

VIII. Recommandations à l'établissement

- ✓ Donner une orientation clairement Marketing et Communication au programme en renforçant les UE relatives à ces dernières et réduire les enseignements connexes ou annexes qui ne sont pas fondamentales à la formation et à l'insertion des étudiants ;
- ✓ Améliorer le contenu de la maquette pédagogique ;
- ✓ Equilibrer la maquette entre enseignement en Communication et enseignement Marketing
- ✓ Recruter des docteurs en sciences de gestion et des docteurs en Communication pour légitimer l'offre et mieux crédibiliser la formation ;
- ✓ Harmoniser les syllabi des enseignements pour donner plus de cohérence au programme ;
- ✓ Renforçant le volet professionnalisation en innovant dans les formats pédagogiques ;
- ✓ Mettre en place une bibliothèque physique et créer un environnement de travail pour les étudiants ;
- ✓ Mettre la maquette de cours à la disposition des étudiants dès la pré-rentree ou le début des enseignements ;
- ✓ Renforcer le volet digital de la formation pour mieux préparer les étudiants aux changements dans le domaine du Marketing et de la Communication ;
- ✓ Encourager la recherche et accompagner les jeunes docteurs et doctorants dans leurs activités de recherche ;
- ✓ Encourager la mobilité des enseignants et des étudiants en signant des conventions de partenariat effectives.

IX. Proposition de décision

ACCREDITATION REFUSEE