

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'ÉVALUATION EXTERNE
DU PROGRAMME DE LICENCE EN
MARKETING DE L'INSTITUT SUPERIEUR DE
COMMERCE ET MANAGEMENT (ISCOM)**

L'équipe d'évaluation :

- Pr. Ibrahima Samba DANCOKO, Président
- Pr. Fatou DIOP SALL, Membre
- M. Amadou Diallo, Membre

Signature :

Pour l'Equipe, le Président



Novembre 2016

Table des matières

Introduction	3
1. Présentation de l'établissement et du programme évalué	3
2. Avis sur le rapport d'auto -evaluation	9
3. Description de la visite sur le terrain.....	10
4. Appréciation du programme au regard des standards de qualité de l'ANAQ-Sup.	13
5. Forces.....	20
6. Faiblesses.....	20
7. Appréciations générales du programme	21
8. Recommandation à l'établissement	22
9. Recommandations à l'ANAQ-Sup.....	23
10. Proposition de décision	23

Introduction

L'Institut Supérieure de Commerce et Marketing (ISCOM), a présenté à l'ANAQ-SUP un rapport d'auto-évaluation du programme de Licence en Marketing enseigné depuis l'année universitaire 2008-2009 en vue d'obtenir une accréditation auprès du Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche.

L'ANAQ-SUP a désigné une équipe d'experts évaluateurs externes composée du Pr Ibrahima Samba DANKOCO (Président), du Pr Fatou DIOP SALL et du consultant professionnel M. Amadou DIALLO, pour procéder à l'évaluation de ladite Licence. Le mardi 07 juin 2016, l'équipe a effectué une visite au lieu où se déroulent les formations 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'établissement et du programme évalué

A sa création le 02 Septembre 2002 sous forme de GIE d'abord, puis quelques années après sous forme de Société à Responsabilité Limitée (SARL), l'ISCOM s'est donné pour mission principale de contribuer à apporter des réponses aux défis auxquels l'Entreprise en général, et sénégalaise en particulier est confrontée à la suite des changements profonds de notre environnement économique et financier dans le contexte d'une économie mondialisée.

La vocation d'ISCOM étant de former de futurs cadres d'entreprise, il est aujourd'hui parfaitement sensibilisé aux mutations économiques qu'il anticipe souvent.

Un agrément provisoire en date du 24 Mars 2004, puis définitif en 2008, a été accordé par la Direction de l'Enseignement Supérieur sous le numéro 003/AG/ME/DES conformément à l'accord cadre du 2 Mai 1995 pour la promotion de l'enseignement supérieur privé, permettant ainsi la délivrance de diplômes universitaires.

L'ISCOM a démarré dès sa création ses activités de formation supérieure avec les enseignements de niveau Bac + 2 (BTS) et depuis 2009 des enseignements de Licence et de Master tout en suivant les directives de l'UEMOA sur le système LMD, directives relayées au niveau national par les décrets pris par les ministères en charge de l'enseignement supérieur des Etats membres.

Il faut cependant noter que de 2004 à 2008, l'Institut a délivré des diplômes de licence générale avant de se réajuster en adoptant la réforme LMD depuis l'année académique 2008-2009.

Il s'agit aujourd'hui d'inscrire l'action de l'ISCOM dans la durée, de consolider et de développer sa vocation à promouvoir un enseignement de haut niveau dans les métiers des sciences de gestion pour participer de manière forte à la production d'élites, et de capitaines de ces secteurs.

L'Institut a entamé depuis l'année 2015 le renforcement de son réseau de partenariat avec des Etablissements Privés d'Enseignement Supérieur (EPES) au niveau national, et envisage dès cette année à nouer des partenariats avec des universités de référence aussi bien nationales qu'étrangères.

1.1 Présentation du programme d'études

L'offre de formation s'intègre aujourd'hui aux objectifs du document de stratégie de l'Enseignement supérieur. L'organisation de cette licence professionnelle est encadrée par le référentiel LMD préconisée par l'ANAQ-SUP.

Le diplôme de licence professionnelle en Marketing (LPMK) permet :

- de former les étudiants en vue d'occuper des postes de commerciaux polyvalents, autonomes et évolutifs ;
- d'accompagner les étudiants dans un véritable parcours universitaire professionnalisant
- de préparer une insertion professionnelle ou une poursuite d'études.

La licence professionnelle en Marketing forme en six semestres à tous les champs de métiers du marketing. Les compétences visées sont larges. Le diplômé de cette licence professionnelle est polyvalent, il intervient dans toutes les étapes de la commercialisation : de l'étude de marché à la vente en passant par la stratégie marketing, la communication commerciale, la négociation achat et la négociation vente, la relation client, etc. Il opère dans tous les secteurs de l'activité économique : banque, assurance, gestion de patrimoine, immobilier, import-export, transport, communication, évènementiel, grande distribution, commerce de détail, industrie.

Avec l'expérience, il évolue vers des postes d'encadrement : chef de produit, responsable de zone, directeur des ventes, responsable export, acheteur, chargé de développement commercial, responsable marketing, manager de département, gérant de magasin ou gérant de PME, chef de publicité, etc.

Les principaux métiers exercés par les diplômés de la licence professionnelle marketing sont répertoriés pour les métiers suivants :

- les métiers de la vente et de la distribution
- les métiers de la communication et de la publicité
- les métiers commerciaux supports à l'entreprise

➤ **Organisation de la formation**

La formation est fondée sur une démarche pédagogique active qui allie la présentation des éléments conceptuels et l'approche professionnelle, à travers les cours, les études de cas, les conférences d'application et les simulations de gestion, dispensés et dirigés par des enseignants-chercheurs et des professionnels expérimentés.

Des actions commerciales appliquées au marketing et un stage d'une durée minimum de 2 mois complètent la formation et permettent aux étudiants de prendre en charge une mission de haut niveau.

Au terme de la formation les étudiants sont capables d'analyser une situation marketing complexe et de proposer une solution réalisable dans l'entreprise. Les compétences acquises relèvent autant de la méthodologie d'analyse d'un problème que de l'apprentissage des outils mis en place par les professionnels.

Admission au programme

L'admission en 1ère année de licence est faite sur la base d'un baccalauréat ou d'un diplôme admis en équivalence

La licence professionnelle en marketing est pilotée au niveau de l'Institut par un Professeur d'université de rang A, qui travaille en étroite collaboration avec une équipe pédagogique et des professionnels aguerris du secteur.

La Gouvernance Managériale

a) **Le Directeur Général de L'institut**

Il est chargé de la bonne marche de l'institut (administration et discipline) et de :

- concevoir la stratégie et la vision de l'Institut ;
- définir les objectifs généraux et les principales orientations des enseignements en formation initiale, en formation permanente, et autres formations ;

- décider des moyens financiers, matériels et humains à mettre en œuvre dans le cadre de ces orientations ;
- assurer le développement de l'Institut.

Il a l'autorité sur l'ensemble des personnels, principalement sur les services (trésorerie et comptabilité et contrôle budgétaire) qui lui sont directement rattachés.

➤ **L'Assistante de Direction**

L'assistante de direction aide le Directeur Général dans ses tâches, assure le suivi des dossiers, analyse et synthétise les activités sectorielles.

➤ **Le Directeur Financier**

Il supervise la gestion des finances et du matériel de l'Institut. Il élabore et exécute le budget. Il conduit des missions de contrôle et de supervision. Il travaille en étroite collaboration avec le comptable qui est chargé avec l'aide du Caissier de recevoir tous les encaissements.

➤ **Le Responsable de l'Assurance Qualité**

Il est chargé de l'administration de la structure de contrôle de la qualité des programmes. Il a pour mission principale de veiller à l'application des standards, mécanismes, procédures de garantie et d'évaluation de qualité. Nommé par le Directeur Général de l'Institut, il doit dérouler sa feuille de routes à travers un plan d'actions. Il est chargé entre autres avec la cellule qu'il dirige de participer:

- à l'amélioration de l'efficacité interne au sein de l'établissement
- au renforcement des liens avec le milieu professionnel
- à l'amélioration de la qualité de l'enseignement
- à l'amélioration de la gouvernance

Il est aidé dans ses tâches par :

▪ **la Cellule Interne d'Assurance Qualité**

Il veille régulièrement sur le dispositif interne d'assurance qualité avec des règles et procédures qui permettent la garantie et l'amélioration de la qualité des activités de formation et d'enseignement.

▪ **du Responsable des Relations publiques**

Il est l'interface entre les entreprises et l'Institut. Il est chargé entre autres :

- de placer les étudiants en stage dans des entreprises

- de tenir à jour le fichier des anciens étudiants
- de gérer les relations et coopération internationale

▪ **le Responsable du service Marketing, Accueil et Informations**

Ses missions essentielles sont :

- la promotion de l'Institut et de son développement,
- l'étude des besoins et la satisfaction des clients (étudiants, entreprises etc.),
- la communication interne et externe vers des publics variés,
- les demandes de renseignements,
- le développement du label ISCOM, la préservation et l'amélioration de l'image de l'Institut.

Composition de l'équipe pédagogique

- Président du Conseil scientifique : Pr Abdoulaye SAKHO, Agrégé, maître de conférences
- Chef du département Sciences de gestion : Dr Cheikh Tidiane SECK
- Responsables du programme : Oumar DJIGO, Ingénieur d'affaires, Directeur général SCALIX SENEGAL
- Boubou SY, Spécialiste en marketing Coordonnateur cabinet CIREC
- Directeur de la scolarité : Baïdy DIALLO, Ingénieur Informaticien

La Gouvernance Pédagogique

➤ **Le Directeur Académique et Président du Conseil scientifique**

Il est garant de la caution scientifique de l'enseignement et de la recherche au sein de l'institut.

Il définit les axes prioritaires de recherche et est chargé de proposer et d'évaluer les orientations de l'Institut. Il est garant des politiques pédagogiques et scientifiques de l'institut.

➤ **Le Comité pédagogique**

Placé sous l'autorité du Directeur de l'Académie, le comité pédagogique, organe d'orientation, de consultation et d'harmonisation a pour missions essentielles :

- d'évaluer, voire d'améliorer les programmes de formation ;
- de proposer la nature et la période des stages ;
- de coordonner les activités pédagogiques des enseignants et des enseignés.

Il est composé de :

- Directeur académique et président du conseil scientifique
- Chefs de départements
- Responsables de filières
- Responsable de la Cellule Qualité
- Président de l'amicale des étudiants
- Autres personnes cooptées

Il est indépendant de la Direction générale

Le Directeur de la Scolarité

Il a en charge la gestion des programmes, la vie étudiante, l'administration de l'ensemble des programmes de formation et la coordination de toutes les activités d'ordre pédagogique relatives au développement et à l'insertion des étudiants.

Il est chargé de la veille stratégique pour l'amélioration des programmes existants et la création de nouveaux programmes et mentions.

Le Directeur de la scolarité coordonne toutes les activités d'ordre pédagogique dont la confection des emplois du temps, le suivi des professeurs, la progression des enseignements, l'organisation des évaluations et examens.

Il est aidé dans ses tâches d'Assistants pédagogiques, de chefs de département et chefs de filières.

- **Le chef de département** est responsable des filières de son département. Il est chargé d'appuyer et d'orienter les responsables de filières par des remarques et des propositions.

Le Chef de département est chargé de la coordination de la formation des étudiants. Il est chargé du pilotage, de l'animation des enseignements et de la direction des personnels, administratifs, techniques, et de service affecté à son département.

- **Les responsables de filière** sont chargés de l'application du règlement intérieur de l'Institut, du maintien de l'ordre et de la discipline, du contrôle des absences, des entrées et des sorties des étudiants et des professeurs du suivi d'application des programmes et de leur progression journalière, de la gestion du matériel pédagogique Ils secondent le Directeur de la scolarité dans ses tâches.

La licence en Marketing a les caractéristiques suivantes :

➤ **Caractéristiques du diplôme : Titre et grade**

- **Intitulé du diplôme** : *Licence Professionnelle en Marketing.*

- **Domaine de formation** : *Sciences de Gestion*

- **Mention** : *Ingénierie des Affaires*

- **Spécialité** : *Marketing*

2. Avis sur le rapport d'auto -évaluation

Le rapport d'autoévaluation a été préparé en suivant le référentiel d'évaluation de programme de l'ANAQ-SUP.

Il a été élaboré en suivant la démarche préconisée par l'ANAQ-SUP. Les membres de la cellule interne de qualité ont utilisé des techniques de collecte de données et de traitement. Des éléments de preuve ont été annexés ou présentés sur place.

Le rapport d'auto évaluation décrit l'Institut Supérieur de Commerce et Management (ISCOM) de Dakar et ses missions. Dans cette présentation, les membres de la cellule d'assurance qualité interne ont mis l'accent sur les forces et faiblesses liées au programme et ils ont émis leur avis sur chaque standard évalué. Le rapport a présenté :

- tout d'abord, un référentiel d'activités et de compétences de l'Institut puis le processus d'auto-évaluation qui commence avec la mise en place de la cellule interne d'assurance par le communiqué du Président du Conseil Scientifique du 15 Octobre 2015 jusqu'à la rédaction et validation du rapport par le comité de pilotage.
- ensuite, la présentation de l'ISCOM et du programme d'études, son organisation, les conditions d'admission et son équipe pédagogique.
- Enfin, l'appréciation du programme selon les standards de l'ANAQ-Sup.

Le rapport d'auto-évaluation est bien rédigé et structuré autour d'un plan qui permet une lecture aisée.

3. Description de la visite sur le terrain

3.1. Organisation et déroulement de la visite

L'équipe d'évaluateurs de l'ANAQ-SUP a démarré la visite L'Institut Supérieure de Commerce et Marketing (ISCOM), le mardi 03 mai 2016 à 08H55. Elle a été reçue par le Directeur de l'ISCOM dans la salle de réunion pour une séance de travail en présence des principaux responsables :

- Mr. Babacar SENE, Directeur Général ;
- Mr. Baïdi DIALLO Directeur de la scolarité ;
- Mr. Constant GBETIE Directeur technique ;
- Dr. Cheikh Tidiane SECK Chef de département ;
- Dr. Alassane DIOUF Responsable Cellule Interne d'Assurance Qualité ;
- Mr. Boubou SY professeur de marketing

A l'issue des présentations, Monsieur Ibrahima Samba DANKOCO le président, a indiqué les objectifs de la mission d'évaluation. Le Directeur de l'ISCOM, a présenté sa vision stratégique avant de donner la parole au Directeur de la scolarité. La présentation a été suivie d'échanges fructueux au cours desquels plusieurs documents ont été demandés. Cette rencontre qui a pris fin à 09H30 a également permis de valider l'agenda de la journée, exécuté comme suit :

JOURNEE DE LA VISITE		
Heures	Activités	Participants
08 h30 – 09h 35	<ul style="list-style-type: none">- Arrivée et installation- Lancement des activités- Présentation des acteurs- Rappel des objectifs de la visite- validation de l'agenda de travail- Présentation sommaire de l'établissement: missions de formation et gouvernance	Directeur de l'ISCOM, le Responsable du programme, le responsable de la CIAQ et le représentant du responsable du comité de pilotage de l'auto-évaluation
09h35- 11h 30	Présentation du programme et discussions (échanges, demande de documents complémentaires)	Directeur de l'ISCOM, le Responsable du programme, le responsable de la CIAQ et le représentant du responsable du comité de pilotage de l'auto-évaluation

11h30 –12h 15	Rencontre et discussions avec trois enseignants du programme sur le contenu des programmes, la méthodologie d'enseignement, les crédits horaires, l'évaluation des étudiants, les TD, leur qualité dans l'établissement (permanent ou vacataire, professionnel ou académique) etc.	-Deux enseignants permanents : Un en marketing, un en techniques quantitatives de gestion -Un enseignant vacataire un en comptabilité ;
12h25 – 13h17	Rencontre avec trois PATS sur l'organisation de leur travail, le déroulement de leurs activités professionnelles et leur niveau de satisfaction sur l'environnement de travail, le traitement salarial et leur plan de carrière ;	Trois personnes rencontrées : . La chargée de l'accueil et orientation des étudiants . l'assistante de direction de la direction générale et . un assistant pédagogique.
13h20 – 14h08	Rencontre et discussions avec trois (03) étudiants sur l'organisation des enseignements, le contenu des cours, les stages professionnels, l'évaluation des enseignements et les conditions d'étude	- Licence 3 : 1 - Licence 2 : 2
Pause déjeuner		
15h05 - 16 h	Visite des locaux suivants : Bâtiment 1 : -Salles de cours (04) - Deux amphithéâtres (02) - une Salle de révision des étudiants - le bureau du DG et de son assistante de direction - le bureau de l'assistante pédagogique - deux blocs sanitaires avec séparation hommes/femmes -cinq extincteurs déclarés en entretien externe Bâtiment 2 : -Salles de cours (07)	Mr Baïdi DIALLO (Responsable du programme) et le responsable du local visité

	<ul style="list-style-type: none"> -Salle de réunions (01) -Salle informatique de 24 postes (1) - blocs sanitaires (03) - Bibliothèque physique et numérique (1) - Grande salle auditorium (1) - espace de reprographie (1) - Bureaux du Directeur de la scolarité, du directeur technique, du directeur de l'académie, du chargé des relations publiques /Personnel, de l'assistante pédagogique, du comptable, et celui du responsable accueil/orientation /caisse ; - espace affichage, - Un restaurant 	
16h10 -17h	Synthèse de la journée	Experts-Evaluateurs
17h05-17 h35	Restitution orale	Directeur de l'ISCOM le Responsable du programme, le responsable de la CIAQ et le représentant du responsable du comité de pilotage de l'auto-évaluation et quelques enseignants permanents
Fin de la visite		

3.2 Appréciation de la visite

La visite s'est déroulée dans d'excellentes conditions, et aucune difficulté n'a été notée. L'équipe d'experts remercie vivement la direction de L'Institut Supérieure de Commerce et Marketing (ISCOM) pour son accueil chaleureux et la facilitation des conditions de travail.

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

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

Standard 1.01 : Le programme d'études est régulièrement dispensé

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

Le programme de Licence en Marketing a démarré au cours de l'année académique 2008-2009. La première promotion est sortie en 2010-2011. C'est dire qu'en 2016, cinq promotions sont sorties et le programme est à sa sixième promotion. Les informations fournies montrent que le programme est régulièrement dispensé.

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.

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

Le programme d'études et de formation de la licence en Marketing est en cohérence avec son plan stratégique et les objectifs de l'Institut Supérieure de Commerce et Marketing (ISCOM). L'objectif de cette licence en Marketing est de former des professionnels qualifiés, aptes à répondre aux besoins des entreprises à vocation nationale, régionale et sous régionale (des étudiants Béninois, Comoriens et Djiboutiens y sont aussi formés).

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.

Appréciation globale sur le standard : NON ATTEINT

Malgré la volonté des autorités, nous n'avons pas reçu les éléments prouvant l'existence de relations solides avec le monde professionnel. La structure dédiée à l'encadrement et au suivi de l'insertion professionnelle n'est pas encore assez étoffée et travaille dans l'informel (des statistiques non présentées aux experts).

Champ d'évaluation 2 : 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.

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

Toutes les personnes concernées par le programme (enseignants, étudiants et personnel administratif) sont tenues informées de leurs prérogatives et responsabilités. L'organisation de l'ISCOM est matérialisée par un organigramme qui du reste n'est pas unifiée. En effet, la gouvernance administrative et la gouvernance académique ont chacune son propre organigramme : ce qui ne traduit pas les réalités organisationnelles de l'Institut. En effet, on ne voit pas les liens entre les structures créées aux deux niveaux. Aussi, on note certaines incohérences dans la structuration des deux pôles administratif et pédagogique.

Il nous semble que l'implication des associés de la SARL dans le fonctionnement de l'Institut déteint un peu sur la structuration organisationnelle de l'école. En effet on se pose la question de la pertinence d'une direction technique au-delà de la nécessité de confier une direction à chaque associé impliqué dans la gestion de la structure. C'est l'histoire de l'école qui semble être à l'origine des choix organisationnels.

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.

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

Le PER occupe une place importante dans le processus décisionnel avec la mise à disposition de syllabus aux enseignants, la mise en place de fiches de progression pédagogiques pour veiller à la progression et au contenu des programmes.

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.

Appréciation globale sur le standard : PARTIELLEMENT ATTEINT

Les enseignements sont évalués par les étudiants à la fin chaque module. Cependant, les résultats ne sont pas bien exploités afin d'adapter périodiquement l'offre d'études. Par ailleurs, la gestion des notes issues des évaluations des étudiants reste encore manuelle. Cette situation pourrait être source d'erreurs et entacher la sincérité des résultats issus des évaluations. Une cellule assurance qualité fonctionnelle existe. Seulement, elle n'a pas encore mis en place un manuel des procédures.

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.

Appréciation globale sur le standard : PARTIEELEMENT ATTEINT

Le programme d'études dispose d'une maquette structurée correspondant à une mise en œuvre coordonnée du système LMD dans les établissements d'enseignement supérieur du Sénégal. Les éléments constitutifs disposent d'un plan de cours. La maquette répond aux standards du système LMD avec notamment une semestrialisation des enseignements et des évaluations. Le semestre compte 600 heures et 30 crédits. La validation de la licence nécessite l'obtention de 180 crédits. Cependant, des améliorations doivent être faites. Les éléments constitutifs (EC) doivent être codifiés au même titre que les unités d'enseignement (UE). Le volume horaire attribué aux TPE est à améliorer car il est trop faible et ne respecte pas les normes légales. Le stage du semestre 4 doit être crédité et intégré au semestre.

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.

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

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 permet aux étudiants inscrits d'avoir les connaissances fondamentales en Marketing, des connaissances transversales en économie et droit et des connaissances de spécialité dans le domaine des techniques commerciales. Néanmoins, les responsables de la formation doivent revoir la dénomination du programme afin de mieux préciser la spécialisation.

Le programme doit développer des conventions avec les universités et d'autres Business School pour favoriser des échanges entre étudiants. Il doit également renforcer ses conventions avec

des entreprises commerciales et des organisations patronales pour faciliter l'obtention de stage et l'insertion des étudiants.

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

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

Les conditions d'obtention des attestations et des diplômes académiques sont règlementées et publiées. Les attestations sont délivrées par la Direction. Les bulletins de notes sont disponibles immédiatement après la délibération au niveau de la scolarité.

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.

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

Le programme dispose d'un effectif faible et maintient un taux de réussite satisfaisant. Les classes de première année sont hétérogènes, car les étudiants en Marketing y accèdent à partir de différentes séries du baccalauréat (L', L2, S), les enseignants mettent l'accent sur les exercices pour permettre aux étudiants en difficulté de mieux comprendre. L'institut pense mettre en place un système de tutorat pour aider et accompagner les étudiants qui ont du mal à suivre.

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

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

Appréciation globale sur le standard : PARTIELLEMENT ATTEINT

Le programme fait intervenir des enseignants académiques et des enseignants professionnels. Toutefois, nous relevons que le profil disciplinaire des enseignants, mériterait d'être amélioré en rapport avec le programme qui est un programme de Gestion. Aussi il serait bon que le niveau de diplomation des intervenants dans les matières de marketing et de Gestion soit amélioré notamment avec des Docteurs en Gestion.

Dans l'institut les enseignants permanents et vacataires bénéficient d'un contrat signé.

Le recrutement des enseignants n'est pas fait selon des procédures très formalisées. Ils sont recommandés ou tirés d'une base de données interne et sont pris en fonction des besoins de l'Institut.

Le personnel enseignant permanent ne bénéficie pas d'un dispositif de renforcement des capacités.

Toutefois, nous avons noté une bonne stabilité des enseignants dont certains interviennent dans la structure depuis sa création.

Les enseignements sont évalués grâce à un questionnaire qui a été présenté par le responsable de la scolarité. Cependant, le rapport d'évaluation présenté n'est pas bien structuré et présente une évaluation moyenne des enseignements. On ne trouve pas de rapport présentant un enseignement donné. Aussi il n'est pas prouvé que les résultats de l'évaluation soient transmis à l'enseignant. L'évaluation des enseignements a été confirmée par les étudiants interrogés.

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

Appréciation globale sur le standard : NON ATTEINT

Nous n'avons pas constaté une répartition du temps des enseignants entre l'enseignement et d'autres activités. Il n'y a pas de recherche à l'ISCOM. Pour les enseignants qui mènent aussi des activités administratives nous n'avons pas vu les contrats d'engagement.

Standard 4.03. : La mobilité du PER est possible.

Appréciation globale sur le standard : NON ATTEINT

Il n'y a pas de mobilité des enseignants à l'ISCOM. Une convention entre l'Institut et un autre établissement d'enseignement supérieur existe et qui prévoit une mobilité des enseignants et des échanges d'étudiants mais aucune mobilité n'est encore effective. On peut juste noter que les mêmes enseignants vacataires enseignent dans plusieurs instituts et écoles de la place. Ce qui fait défaut ici c'est une mobilité encadrée et pouvant aller jusqu'au de-là des frontières du pays. On n'a pas noté non plus l'existence de professeurs invités.

Champ d'évaluation 5 : Étudiant(e)s

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

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

Les conditions d'admission des étudiants sont publiées dans le site de Campusen, celui de l'ISCOM que nous n'avons pas pu visiter sur place et par voie d'affiche. Nous avons demandé à voir la plaquette de la formation mais il n'y en avait pas de disponible. Les autorités affirment ne pas prendre en première année des candidats n'ayant pas le BAC. Si dans les conditions d'accès en première année il est dit qu'il faut avoir le BAC ou un diplôme équivalent, l'Institut n'a pas encore pris un étudiant sur la base d'un diplôme équivalent au BAC.

Aucune sélection n'est effectuée pour l'admission des étudiants.

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

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

On n'a noté aucune forme de discrimination entre les filles et les garçons à l'ISCOM.

Aucun dispositif n'est mis en place pour favoriser les garçons ou les filles.

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

Appréciation globale sur le standard : NON ATTEINT

Il n'existe pas de dispositif de mobilité des étudiants à l'ISCOM. On note seulement des pratiques d'échange d'étudiant prévues dans les conventions avec un établissement et qui vise à équilibrer les effectifs dans certaines filières notamment celle du Marketing.

Le programme d'étude n'intègre pas des dispositions pouvant mener à une mobilité nationale ou internationale des étudiants.

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

Appréciation globale sur le standard : PARTIELLEMENT ATTEINT

Les taux d'encadrement des étudiants sont élevés si on considère l'ensemble des enseignants. Mais si on procède à un calcul par catégorie d'enseignants, on voit que le taux est trop faible pour ce qui concerne les enseignants de rang A. On trouve un seul enseignant de rang A et il est juste le responsable du programme. Aussi son profil n'est pas en adéquation par rapport au Domaine de la formation. Il existe un service d'accueil et les étudiants sont bien pris en charge par le personnel administratif.

Pour les mémoires de fin de formation on note une bonne implication des professionnels. Par

ailleurs, en cas de difficultés est prévu un soutien personnalisé des étudiants par les professeurs concernés. Cela est confirmé par les étudiants.

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

Appréciation globale sur le standard : PARTIELLEMENT ATTEINT

Le programme se préoccupe de l'insertion des étudiants en leur fournissant toute l'aide nécessaire pour l'obtention de stage. Une base de données des anciens étudiants de la formation est fournie par les responsables. Toutefois il manque un suivi de l'évolution de ces anciens quant à leur situation professionnelle.

Le stage n'est pas crédité et cela constitue un sérieux problème dans l'institut.

Une personne est chargée des relations avec les entreprises. Il s'occupe en effet de cette tâche mais son activité devrait être mieux formalisée et mieux mise en œuvre notamment par des rapports plus suivis avec les entreprises.

Il n'y a pas de dispositif pour l'auto emploi et un incubateur n'est pas mis en place pour accompagner les étudiants porteurs de projets.

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.

Appréciation globale sur le standard : PARTIELLEMENT ATTEINT

L'ISCOM est installé dans deux immeubles séparés par l'Avenue Bourguiba : cette situation pose certainement des contraintes logistiques et de déplacement des acteurs de l'Institut. Des problèmes de parking se posent aux visiteurs. L'Institution dispose de beaucoup d'infrastructures (salles de cours, salle informatique, bibliothèque numérique fonctionnelles), des toilettes avec une séparation fille/garçon, d'un bureau de placement pour les étudiants. Malgré l'existence d'une salle informatique, le nombre de places est limité pour l'effectif d'étudiants de l'établissement. L'espace d'étudiant doit être mis à niveau.

Des efforts supplémentaires doivent être faits pour améliorer le cadre, le matériel pédagogique ? La maintenance des infrastructures doit aussi être améliorée.

FORCES ET FAIBLESSES

5. Forces	6. Faiblesses
Existence d'une direction forte et motivée	Une insuffisance des équipements pédagogiques comme les vidéo projecteurs
Une bonne visibilité de l'établissement	La réunion du comité pédagogique n'est pas formalisée avec des PV
L'adhésion au MEDES	L'intitulé du programme autorisé ne porte pas sur une spécialisation
Existence d'un système de parrainage et de mono	L'établissement dispose de deux organigrammes pour une seule organisation
Implication des professionnels dans la gouvernance pédagogique	Le volume horaire attribué au TPE est faible
Maquettes conformes au système LMD	Les EC ne sont pas codifiés
Possibilité de diplomation des étudiants en L2 avec BTS	Le stage au semestre 4 n'est pas crédité
Existence d'une base d'informations sur les diplômés	Les étudiants soutiennent un mémoire en L3. Un mémoire est lourd pour un étudiant de licence
La formalisation des contrats de travail avec les PATS et enseignants	Il existe une faiblesse dans l'encadrement des stages avec des visites sur site
Présence du personnel permanent	Le rapport d'exploitation de l'évaluation des enseignements porte sur l'ensemble des modules dispensés dans le programme
La formalisation des contrats de travail avec les PATS et les enseignants permanents et vacataires	Le plan stratégique et d'investissement présentent des faiblesses sur la forme et le fond
Implication de l'amicale des étudiants	Absence de statistiques sur les taux de réussite de la formation
Evaluation des enseignements	Les délibérations ne sont pas automatisées
Une CIAQ dynamique	Absence de coopération avec les universités

Renforcement des capacités des PATS	Le programme est géré par des professionnels du domaine
Existence d'un plan stratégique	L'effectif des étudiants est faible, des efforts de recrutement doivent être faits
Taux d'encadrement brut élevé	Les locaux posent des problèmes d'adaptation malgré des efforts réalisés
Diversité des nationalités	La taille des tableaux blancs dans les grandes salles est petite
Très bonne présence des filles dans le programme	La localisation des services financiers et comptables est éloignée de la DG
La participation à l'orientation des bacheliers du Sénégal (Patriotisme)	L'espace d'étudiants n'est pas en très bon état
La qualité de la formation par rapport aux objectifs visés	Une insuffisance de places pour la salle informatique
Partenariat avec les entreprises	Une faiblesse du PER en sciences de gestion
Existence d'un référent de rang A	Absence d'un rapport d'évaluation du plan d'action de la CIAQ
Les enseignants et étudiants ont une opinion favorable du programme	Les relations avec les entreprises ne sont pas très formalisées
L'existence d'une bibliothèque physique et numérique	Absence d'un incubateur
La séparation de toilette fille et garçon	Absence de formalisation de tutorat
Recrutement d'un responsable de la bibliothèque	
Existence d'un bureau de placement	

7. Appréciations générales du programme

Le programme de licence en Marketing et action commerciale de l'ISCOM est un programme qui a sa valeur au vu du contenu pédagogique et de l'implication des professionnels à la fois dans les processus d'enseignement-apprentissage et dans la gouvernance du programme. On pourrait même regretter le niveau de responsabilité trop important accordé aux professionnels dans les responsabilités scientifiques et pédagogique du programme. C'est en effet le niveau académique qui semble souffrir ici d'une certaine carence du fait de l'absence d'un corps

enseignant académique dont le profil scientifique serait en adéquation avec le domaine et l'orientation du programme. Cependant, toutes ces considérations doivent être relativisées car globalement on peut considérer que le contenu du programme est bon, compte tenu des objectifs visés.

8. Recommandation à l'établissement

- Les réunions pédagogiques doivent être plus formalisées avec systématiquement des PV et des listes de présence ;
- l'intitulé du programme doit faire l'objet d'une demande de modification de dénomination auprès de la DGES ;
- l'organigramme de l'établissement doit être intégré pour mieux traduire la réalité organisationnelle de l'institut ;
- le volume horaire attribué au TPE doit être revu à la hausse pour une meilleure implication des apprenants dans leur formation ;
- dans la maquette du programme, les EC doivent être codifiés au même titre que les UE ;
- le stage au semestre 4 doit être crédité (entre 6 et 8 crédits) ;
- la nature du document soutenu par les étudiants doit être clarifiée : il serait bon de préciser s'il s'agit d'un mémoire ou plutôt d'un rapport de stage plus pertinent pour un niveau de L3 ;
- le rapport d'exploitation de l'évaluation des enseignements doit porter sur chaque module et transmis à l'enseignant concerné ;
- Tout doit être fait pour arriver à une automatisation des délibérations. Cela offre plus grande sécurité pédagogique ;
- l'espace d'étudiants doit être mis à niveau et fortement amélioré ;
- les relations avec les entreprises sont à formaliser et la mise en place d'un petit incubateur est à envisager ;
- il est nécessaire de trouver les moyens de recruter des PER en sciences de gestion.

9. Recommandations à l'ANAQ-Sup

- Renforcer la formation sur la confection des maquettes ;
- Mettre en place un outil de suivi/évaluation avec des indicateurs très explicites, permettant d'apprécier si les standards non –atteints sont améliorés ou pas.

C'est une condition nécessaire pour que l'exigence de qualité de la formation et de l'enseignement soit prise en compte de manière constante et non ponctuelle.

10. Proposition de décision

Accréditation refusée