

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
DE LA RECHERCHE ET DE L'INNOVATION



**RAPPORT D'ÉVALUATION EXTERNE DU PROGRAMME
DE LICENCE EN MARKETING ET STRATEGIE
DE L'INSTITUT UNIPRO**

Equipe d'évaluateurs :

Professeur Abdou Karim FAYE, Président

Docteur Mamadou Diouma DIALLO, membre

Signature :

Pour l'Equipe, le Président



Pr Abdou Karim FAYE
Enseignant-Chercheur
Professeur Agrégé
en Sciences de Gestion
UCAD/FASEG

Octobre, 2022

TABLE DES MATIERES

1. Introduction	3
2. Présentation de l'établissement et du programme évalué	3
3. Avis sur le rapport d'auto-évaluation	8
4. Description de la visite sur site	8
5. Appréciation du programme au regard des standards de l'ANAQ-Sup	12
6. Points forts du programme	20
7. Points faibles du programme	21
8. Appréciations générales du programme	22
9. Recommandations à l'établissement	22
10. Recommandations à l'ANAQ-Sup	23
11. Proposition de décision:	23
12. Annexe	24

1. Introduction

L'institut de formation univers professionnelle (UNIPRO) a présenté à l'ANAQ-Sup un rapport d'auto-évaluation du programme de sa Licence Professionnelle Marketing et Stratégie enseignée depuis l'année académique 2015-2016 en vue d'être accréditée.

L'ANAQ-Sup a désigné une équipe d'experts évaluateurs externes composée du Professeur Abdou Karim FAYE (Président) et du Docteur Mamadou Diouma DIALLO (membre), pour procéder à l'évaluation de ladite Licence Professionnelle de UNIPRO.

Ce présent rapport est établi par l'équipe d'évaluateurs externes à la suite d'une visite de terrain effectuée le 20 septembre 2022 au sein de l'établissement et conformément au format de présentation recommandé par l'ANAQ-Sup.

2. Présentation de l'établissement et du programme évalué

2.1 L'établissement

UNIPRO est un établissement privé d'enseignement supérieur spécialisé dans l'alternance Ecole/Entreprise. Il dispose de deux agréments, celui du Ministère de l'Enseignement Supérieur de la Recherche et de l'Innovation et celui du Ministère de l'Emploi de la Formation Professionnelle et Technique. UNIPRO a mis en place deux axes de formation avec le « Pôle Gestion » orienté vers les métiers du management, du commerce, de la gestion, de la logistique, de la communication et du marketing et le « Pôle Technique » tourné vers les métiers de l'informatique, des réseaux / télécommunication et du génie civil.

Avec un concept pédagogique basé sur l'alternance Ecole/Entreprise, UNIPRO prépare ses étudiants à être rapidement opérationnels et à devenir des dirigeants d'entreprise capables de s'adapter dans un environnement en perpétuel évolution. Cette approche sur l'alternance Ecole / Entreprise permet, en effet, aux étudiants d'acquérir une expérience pratique et leur facilite une insertion économique et professionnelle.

Cette orientation repose sur la mise en place de partenariats étroits entre l'établissement, les entreprises et le milieu socioprofessionnel. Ce système d'apprentissage est apprécié par les étudiants pour les aptitudes pratiques acquises ; par les entreprises pour la dimension professionnelle et opérationnelle, et pour l'institution, l'efficacité externe qu'elle engendre se traduisant par un taux d'insertion très satisfaisant.

UNIPRO se veut une institution à vocation responsable et sociale avec pour ambition de dispenser des formations de qualité aux étudiants dans un esprit d'excellence académique, d'engagement personnel et d'ouverture.

UNIPRO compte plus de 2 000 étudiants dont 30% d'étrangers avec 17 nationalités. Au niveau international, UNIPRO jouit d'un partenariat privilégié avec des institutions de formation

prestigieuses au Maroc, en Tunisie et en France. Son approche de formation s'inscrit dans un processus d'amélioration continue s'appuyant sur :

- Des professionnels dévoués qui participent dans les enseignements dans les différentes filières pour mieux favoriser l'employabilité des futurs diplômés ;
- Des équipes pédagogiques et administratives compétentes ;
- Des réseaux et des partenariats avec le monde économique et social avec une ouverture internationale ;
- Des formations mises en œuvre dans un contexte intellectuel et culturel stimulant ;
- L'amélioration continue de la qualité des prestations avec la création d'une Cellule Interne d'Assurance Qualité.

➤ **ORGANIGRAMME**

La gestion administrative et pédagogique est assurée par le Conseil de Gestion, le Comité Pédagogique et Scientifique, la Cellule Interne d'Assurance Qualité, la Direction des Etudes et le Bloc administratif. Cette gestion est en congruence avec les principes ou préceptes du management participatif.

➤ **PARCOURS DE L'ÉTUDIANT DE LA LICENCE AU MASTER**

UNIPRO est un établissement qui a opté pour une alternance école/Entreprise. Une fois admis à un programme de formation, l'étudiant s'inscrit au cycle de Licence ou Master et durant chaque année académique, il bénéficie, au moins une fois, d'un stage en entreprise. Ce stage est sanctionné par une attestation délivrée par l'entreprise d'accueil.

➤ **OBJECTIFS DE L'ÉTABLISSEMENT**

• **OBJECTIF GÉNÉRAL**

Depuis deux décennies, le gouvernement du Sénégal s'est engagé dans l'élargissement de la carte universitaire en vue de résorber le gap de la demande en éducation et en formation. Or, s'il est clair que la finalité de toute politique publique d'éducation et de formation demeure la production de citoyens modèles capables de relever les défis du développement et du développement durable, force est de reconnaître que cette mission à la fois coûteuse et fastidieuse ne peut être l'œuvre d'une seule action publique. C'est dans ce contexte qu'UNIPRO se veut une école privée capable de contribuer significativement et durablement à cet effort national, voire international en matière d'éducation et de formation. Un défi qui passe inéluctablement par l'atteinte d'une série d'objectifs spécifiques.

• **OBJECTIFS SPÉCIFIQUES À COURT ET MOYEN TERME**

Dans le souci d'une efficacité externe de sa politique de formation professionnelle, l'établissement délivre une variété de diplômes de Licence et de Master dans les domaines du Management, de l'Informatique et du Génie civil. Nonobstant cet état de fait, il n'exclut pas l'idée d'élargir son offre de formation dès que les conditions logistiques et juridiques le lui permettront.

Afin d'accomplir convenablement cette mission de formation professionnelle, l'établissement a élaboré un nouveau plan stratégique quinquennal qu'il déroule sur la période 2022-2027. Ce plan vise à :

- ✓ Proposer aux citoyens des profils de formation qui correspondent au besoin du marché ;
- ✓ Instaurer un climat de confiance vis-à-vis des partenaires nationaux et internationaux ;
- ✓ Satisfaire la demande en formation qui lui est adressée ;
- ✓ Garantir une formation de qualité à tous ses étudiants afin d'agir significativement sur les taux d'acquisition globaux des compétences ;
- ✓ Tisser des partenariats stratégiques et durables avec les chefs d'entreprise ;
- ✓ Permettre aux étudiants, par le biais de stage en entreprise, de découvrir et de s'imprégner de l'environnement de l'entreprise durant leur cycle de formation ;
- ✓ Renforcer l'engagement social et le leadership ;
- ✓ Obtenir des reconnaissances et accréditations au niveau national et international.

• OBJECTIFS SPÉCIFIQUES À LONG TERME

Sur le long terme, UNIPRO vise à :

- ✓ Préserver ses acquis en matière de performance scolaire tout en dressant au besoin de nouvelles perspectives ;
- ✓ Etre le leader dans la formation en alternance dans l'UEMOA à l'horizon 2027 ;
- ✓ Passer d'un effectif de 2 000 à 5 000 étudiants à la rentrée 2026/2027
- ✓ Construire et réceptionner un complexe universitaire pour la rentrée 2026/2027
- ✓ Mettre en place des programmes de formation dans les domaines de la Santé, de la Mécatronique, de l'Agroalimentaire, de l'Electricité, Data Science, etc. à l'horizon 2026/2027
- ✓ S'implanter dans cinq (5) régions du Sénégal à la rentrée 2025/2026
- ✓ Obtenir des accréditations nationales et internationales, notamment celle de l'ANAQ Sup et du CAMES.

Pour atteindre ses objectifs, UNIPRO a mobilisé des ressources humaines dont le rôle est de veiller au respect et à l'exécution des plans stratégiques tout en mettant l'accent sur les standards internationaux conformément aux nouvelles orientations dans le sous-secteur de l'enseignement

supérieur déclinées par le gouvernement sénégalais lors de la Concertation Nationale sur l'Avenir de l'Enseignement Supérieur (CNAES) en avril 2013.

2.2 Présentation du programme évalué

Le programme de la licence *Marketing et Stratégie* présente les caractéristiques suivantes :

Intitulé du diplôme : *Licence Marketing et Stratégie.*

Domaine de formation : *Sciences Économiques et de Gestion*

Mention : *Gestion*

Cycle : Licence (L1, L2, L3)

Nombre de crédits du programme : 180 crédits **Volume horaire :** 3 600 heures

Il est déroulé en 6 semestres conformément aux principes de fonctionnement du système LMD et à la maquette qui figure dans le rapport d'auto-évaluation qui, cependant, mérite d'être mieux conformée à certaines dispositions du décret 2012-1114 relatif au diplôme de licence. Ce même rapport nous informe que cette licence forme à des métiers du marketing.

2.3 Finalités et objectifs

2.3.1. Origine du programme

L'introduction de la licence professionnelle Marketing et stratégie découle de l'option globale opérée par UNIPRO en réponse aux effets induits tels que l'uniformisation du marché mondial, la standardisation des activités économiques, de la circulation de l'information et des ressources humaines, la globalisation. En effet, face à la rapide évolution de la science et de la technologie et, compte tenu de la mutation constante des métiers et activités, UNIPRO a remarqué que la qualité des ressources humaines est constamment remise en cause. Ainsi, l'institut a senti que la réforme des contenus de formation et les enseignements apprentissages classiques sont donc une nécessité incontournable. Sous ce rapport, l'institut Univers Professionnel a défini une politique d'enseignement pour la formation professionnelle et technique et a adopté la formule alternance école-entreprise comme pilier de réponse aux exigences du marché de travail.

Cette approche conduit à l'élaboration de différents programmes de formation au service de l'Enseignement supérieur comme le marketing et stratégie. Cette filière n'a pas été choisie au hasard, elle a été initiée par l'établissement grâce à un diagnostic, une analyse complète de l'environnement du marché de l'emploi et à la détermination des compétences requises pour exercer les métiers liés aux domaines d'application du marketing.

2.3.2. Enjeux du programme

Les enjeux de la filière marketing sont définis à partir des besoins du marché de l'emploi, de la formation professionnelle et en tenant compte, en particulier les besoins des demandeurs de formation. Les principaux enjeux sont les suivants :

- Rendre efficace et opérationnel les titulaires de la licence en Marketing et Stratégie dans l'exercice de leur métier ;
- Accompagner l'intégration des étudiants dans la vie professionnelle ;
- Fournir aux étudiants les compétences de bases liées à la filière de formation ;
- Être à l'écoute du marché pour apporter les meilleures réponses, mais aussi les solutions appropriées aux problèmes des acteurs de cette filière stratégique ;
- Adapter les formations aux différents métiers du marketing

2.3.3. Objectifs du programme

La licence en Marketing et Stratégie prépare les étudiants à l'ensemble des métiers liés au management stratégique d'une structure et à la gestion marketing d'un produit ou d'une entreprise. A l'issue de la formation, les étudiants seront préparés à appréhender de manière critique les enjeux du marketing et de la stratégie dans l'organisation d'une entreprise.

Ce programme de formation vise à :

- Enrichir l'offre de Formation de l'institut ;
- Prendre en considération toute demande de formation y compris celle des autres nationalités ;
- Prendre en considération l'égalité des chances entre personnes de sexe différent ;
- Proposer aux étudiants des stages en rapport avec le domaine du Marketing et Stratégie ;
- Installer chez l'étudiant les compétences lui permettant de réaliser une immersion professionnelle tout en étant compétitif sur le marché de l'emploi.

2.3.4. Modalités de mise en œuvre

Dans le but d'assurer le bon déroulement du programme de la LMS, UNIPRO alloue chaque année un budget suffisant.

Le programme est encadré par un PATS et un PER de qualité, recrutés conformément au manuel de procédures de l'établissement.

Les enseignements sont organisés en cours magistraux, en ateliers pratiques et en ateliers de recherches afin de permettre aux apprenants de s'adapter facilement en milieu professionnel.

Dans le cadre du programme d'alternance Ecole/Entreprise, un stage pratique est offert à chaque étudiant de la licence marketing et stratégie dès la première année d'étude. Cette opportunité constitue un avantage de taille pour l'apprenant puisse qu'il entre trois et six mois d'expérience à la fin de sa licence.

2.3.5. Débouchés du programme

Après l'obtention de la licence en Marketing et Stratégie, plusieurs débouchés s'offrent aux étudiants parmi lesquels on peut citer :

- ❖ Conseiller commercial ;
- ❖ Chef de produits ou de rayon ;
- ❖ Chargé d'études de Marché ;
- ❖ Chargé d'événementiel ;
- ❖ Responsable Merchandising des Grandes et Moyennes surfaces ;
- ❖ Responsable des ventes ;
- ❖ Chef de projet marketing.

3. Avis sur le rapport d'auto-évaluation

Globalement, le rapport est bien rédigé et témoigne de la volonté de l'équipe de se conformer aux règles et principes préconisés par l'ANAQ-Sup.

4. Description de la visite sur site

4.1. Organisation et déroulement de la visite

Le mardi 20 septembre 2022, l'équipe d'évaluation externe a effectué une visite dans les locaux qui abritent la formation de la licence Marketing et Stratégie en vue de vérifier si elle satisfait aux standards de qualité de l'ANAQ-Sup.

Arrivée sur les lieux à 8h10mn, la délégation des experts est conduite à la salle de réception du premier étage du site de Mermoz Sacré-Cœur. La réunion a démarré à 9h par les mots de bienvenue, à l'endroit des experts, de Monsieur Sheih O. SECK, Directeur Général de UNIPRO, en présence de : Samba Laobé GAYE, Président du Comité de pilotage ; Mouhamadou Alassane SY, responsable des études, Aminata DAAT, responsable des études, Babacar KEITA, responsable CIAQ, Mamadou DIALLO, directeur des études, Ibrahima BA, responsable des masters, Ousmane GUEYE, président du conseil pédagogique et scientifique, Alpha BOUSSO, enseignant, Amadou COULIBALY, enseignant, Oumar KA, enseignant, Ass Malick KANE, partenaire professionnel et Makhtar DIAKHATE, partenaire professionnel.

Un tour de table a permis de procéder aux présentations d'usage et de poser les bases d'un dialogue ouvert et constructif qui a réuni les membres de l'équipe d'experts et les représentants de UNIPRO pour évaluer, ensemble, la qualité d'un programme appelé à contribuer au développement de UNIPRO.

Après le tour de table, le Pr Abdou Karim FAYE, président de l'équipe d'experts a pris la parole pour rappeler les objectifs de la visite qui, insiste-t-il, s'inscrivent dans une démarche participative pour déceler, ensemble, les forces et les faiblesses d'un programme, et aboutir

éventuellement à des corrections suivant les normes établies dans le référentiel de l'ANAQ-Sup.

Ensuite l'agenda de travail a été validé et adopté par l'ensemble des participants.

Le Directeur Général a présenté l'établissement et le Directeur des études, Mr DIALLO a présenté le programme de la Licence Marketing et Stratégie. La présentation a été suivie de questions des experts et de débats soulevés autour de points spécifiques liés à l'orientation stratégique et le contenu du programme.

Après de longs et fructueux échanges avec les responsables du programme, les experts ont entamé des entretiens avec des enseignants, des étudiants et des membres du personnel administratif, technique et de service.

A l'issue des entretiens avec les différentes parties prenantes, la délégation des experts a effectué la visite des locaux de l'institution. Elle s'est ensuite réunie pour faire la synthèse des travaux de la journée, avant de retrouver l'équipe de la direction à 17h30mn pour la séance de restitution orale

La mission a pris fin à 18h30mn.

Exécution de l'agenda de la journée :

JOURNEE DE LA VISITE		
Heures	Activités	Participants
	- Arrivée et installation	L'équipe d'experts ; Monsieur Sheih O. SECK, Directeur Général de UNIPRO, en présence de : Samba Laobé GAYE, Président du Comité de pilotage ; Mouhamadou Alassane SY, responsable des études, Aminata DAAT, responsable des études, Babacar KEITA, responsable CIAQ, Mamadou DIALLO, directeur des études, Ibrahima BA, responsable des masters, Ousmane GUEYE, président du Conseil pédagogique et scientifique, Alpha BOUSSO, enseignant, Amadou COULIBALY, enseignant, Oumar KA, enseignant, Ass Malick KANE, partenaire
	- Lancement des activités	
	- Présentation des acteurs	
09 h – 10h	- Rappel des objectifs de la visite	Monsieur Sheih O. SECK, Directeur Général de UNIPRO, en présence de : Samba Laobé GAYE, Président du Comité de pilotage ; Mouhamadou Alassane SY, responsable des études, Aminata DAAT, responsable des études, Babacar KEITA, responsable CIAQ, Mamadou DIALLO, directeur des études, Ibrahima BA, responsable des masters, Ousmane GUEYE, président du Conseil pédagogique et scientifique, Alpha BOUSSO, enseignant, Amadou COULIBALY, enseignant, Oumar KA, enseignant, Ass Malick KANE, partenaire
	- validation de l'agenda de travail	
	- Présentation sommaire de l'établissement :	

	Missions de formation et gouvernance	professionnel et Makhtar DIAKHATE, partenaire professionnel.
10h- 13h	Présentation du programme et discussions (échanges, demande de documents complémentaires)	L'équipe d'experts ; Monsieur Sheih O. SECK, Directeur Général de UNIPRO, en présence de : Samba Laobé GAYE, Président du Comité de pilotage ; Mouhamadou Alassane SY, responsable des études, Aminata DAAT, responsable des études, Babacar KEITA, responsable CIAQ, Mamadou DIALLO, directeur des études, Ibrahima BA, responsable des masters, Ousmane GUEYE, président du Conseil pédagogique et scientifique, Alpha BOUSSO, enseignant, Amadou COULIBALY, enseignant, Oumar KA, enseignant, Ass Malick KANE, partenaire professionnel et Makhtar DIAKHATE, partenaire professionnel.
Pause		
13h-15h30	Entretien et discussions avec les enseignants du programme	La mission a rencontré : Oumar KA, Moussa KANDJI, Amadou COULIBALY, Alpha BOUSSO, Samab Laobé GAYE, Seydina SALL
	Entretien et discussions avec les PATS	La mission a rencontré : Mouhamadou Alassane SY, responsable des études, Bouka Babacar DIAW, Assistant de direction, Zeinabe BA, responsable SCAI, Ismaila SOUMARE, responsable scolarité, Babacar KEITA, responsable de la CIAQ, Aminata DAAT, responsable des études, Soda DIENG, assistante comptable, Mamadou DIALLO, directeur des études

	Entretien et discussion avec les étudiants	La mission a rencontré : Maguette DIA, Mor MBENGUE, Ngoné FALL, Birane SARR, Mame Nancy SY, Néné Cheikh GUEYE, Awa NDIAYE, Babacar DIAGNE, Michel Artiviche, Rokhaya MANE, Khadidiatou NDIAYE, Cécilia MATSANGA, Néné Hawa BA, Aude Aissatou SANE, Hortense DIABONE, Dieynaba DRAME, Mariama SARR, Yoann Bernard BANGA et Ibrahima CISSE
15h30 -16h	Pause déjeuner	Experts-Évaluateurs
16 h-16 h45mn	Visite des locaux et des infrastructures (locaux pédagogiques, bibliothèques, centres de documentation, bloc administratif et autres infrastructures pédagogiques, toilettes, dispositif de sécurité d'incendie, l'environnement : extincteurs (date de vérification), bouches d'incendie, escaliers de secours, etc.	La visite des locaux a été effectuée avec : le responsable de la CIAQ Babacar KEITA et le Directeur des études Mamadou DIALLO
17h15 -18h45	Restitution orale	L'équipe d'experts ; Monsieur Sheih O. SECK, Directeur Général de UNIPRO, en présence de : Samba Laobé GAYE, Président du Comité de pilotage ; Mouhamadou Alassane SY, responsable des études, Aminata DAAT, responsable des études, Babacar KEITA, responsable CIAQ, Mamadou DIALLO, directeur des études, Ibrahima BA, responsable des masters, Ousmane GUEYE, président du Conseil pédagogique et

		scientifique, Alpha BOUSSO, enseignant, Amadou COULIBALY, enseignant, Oumar KA, enseignant, Ass Malick KANE,
Fin de la visite		

4.2. Appréciation de la visite sur site

La visite s'est très bien déroulée avec la participation des autorités de l'école qui ont réservé un accueil chaleureux à l'équipe d'évaluateurs.

La Direction de l'école s'est mobilisée pour assurer aux évaluateurs toutes les conditions nécessaires à un bon déroulement de la mission. A cet effet, l'équipe d'experts félicite UNIPRO pour la disponibilité et l'ordonnancement des éléments de preuves.

La visite s'est déroulée dans d'excellentes conditions et aucune difficulté n'a été notée.

5. Appréciation du programme au regard des standards 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.

Le programme de la Licence Marketing et Stratégie de l'institut UNIPRO est régulièrement dispensé depuis l'année académique 2015-2016. Sa régularité a permis de faire sortir, à ce jour, quatre (4) promotions et de l'inscrire dans la continuité.

La liste des étudiants inscrits dans le programme, les PV de délibération et les attestations de réussite, fournis par l'établissement, constituent des éléments de preuve.

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.

Sur le plan de la vision et de la stratégie, la direction d'UNIPRO semble très consciente des enjeux de la formation dans l'Enseignement supérieur et de la nécessité d'établir des passerelles avec le monde professionnel. La politique d'enseignement basée sur la « formule alternance

école/entreprise » constitue une réponse pertinente aux exigences du monde du travail et un puissant levier d'insertion professionnelle.

Toutefois, l'offre pédagogique du programme de la Licence UNIPRO n'est pas en cohérence avec ses missions tant les objectifs restent flous voire totalement décalés par rapport aux attentes. En effet, à la page 12 du rapport d'auto-évaluation de l'établissement, on peut lire : « Ce programme vise à :

- Enrichir l'offre de formation de l'institut ;
- Prendre en considération toute demande de formation y compris celles des autres nationalités étrangères ;
- Prendre en considération l'égalité des chances entre personnes de sexe différent ;
- Proposer aux étudiants des stages en rapport avec le domaine du Marketing et Stratégie ;
- Installer chez l'étudiant les compétences lui permettant de réaliser une immersion tout en restant compétitif sur le marché de l'emploi ».

Tel qu'énoncé, les objectifs de la formation restent illisibles d'autant plus que le marketing et la stratégie restent des domaines disciplinaires avec des palettes de compétences diverses et variées.

A cette difficulté s'y ajoute le fait que le management est, en principe, le territoire des managers donc des cadres qui, aujourd'hui, se recrutent dans la catégorie des Bac+5 donc avec au minimum le diplôme de Master. Peut-on sérieusement envisager de former des managers avec seulement un diplôme de Licence ? La réponse semble évidente même si on peut toujours s'inscrire dans des logiques singulières et essayer de justifier les pistes possibles.

L'intitulé du programme est donc problématique et le positionnement peu convaincant au vu de la structuration de la maquette de formation qui, en L2 et L3, offre très peu d'enseignements dans les champs du Marketing et de la Stratégie. La faible prise en charge de ces domaines dans l'offre de formation ne va pas dans le sens de faciliter l'atteinte des objectifs du programme.

Appréciation globale sur le standard : NON 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'établissement UNIPRO garde des liens forts avec le monde professionnel comme en atteste les nombreuses conventions signées avec des partenaires stratégiques ou des entreprises pour

faciliter l'insertion des étudiants. La politique soutenue d'accompagnement et de mise à disposition de stages au profit des étudiants, même si le modèle « alternance école entreprise » les y invite, sont à relever et à encourager. Lors de la rencontre avec les apprenants, ils ont presque tous affirmé avoir trouvé un stage par le biais de l'établissement ; ce qui est aussi révélateur d'une politique active dans la recherche et le maintien de liens dynamiques avec le monde professionnel et socio-économique.

Parallèlement aux stages, l'établissement gagnerait à organiser des visites d'entreprise et impliquer davantage les professionnels dans la conception et le déroulement des enseignements. Ces pistes soulevées ne semblent pas, pour le moment, être véritablement explorées par l'établissement même si les ateliers pratiques peuvent parfois amener les étudiants à faire leurs propres recherches sur des entreprises qui ont un ancrage local.

Appréciation globale du standard: ATTEINT

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

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

UNIPRO dispose d'un organigramme qui permet d'avoir de la lisibilité sur les instances de gouvernance. L'établissement dispose surtout de manuels de procédure qui permettent de mettre au même niveau d'information l'ensemble du personnel et d'harmoniser les pratiques dans les domaines considérés.

Les processus, les compétences et les responsabilités décisionnels 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 d'enseignement dispense les cours du programme et en assure l'évaluation. Les enseignants sont, dans une certaine mesure, consultés sur les questions relatives à la pédagogie. De manière générale, l'implication reste informelle.

Par ailleurs, les étudiants sont relativement impliqués dans le suivi de la formation grâce, notamment, au cahier de texte et aux fiches d'évaluation des cours qui permettent à l'étudiant d'exprimer son opinion sur l'enseignement. Toutefois, la fiche qui sert de base d'évaluation doit être corrigée sur certains de ces aspects liés aux modalités de réponses proposées aux étudiants.

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.

L'institut UNIPRO a mis en place un ensemble de dispositif allant dans le sens de favoriser une démarche qualité. D'abord, il convient de relever l'existence d'une cellule d'assurance qualité et la désignation d'une personne en interne dans la fonction de responsable du management de la qualité.

Ensuite, l'établissement a mis en place un ensemble d'outils s'inscrivant dans une démarche qualité et qui permettent la collecte et le traitement de l'information. Les nombreux rapports d'exploitation sectoriels notamment pédagogique, l'existence de manuels de procédure et d'une documentation assez fournie sur les différentes activités de l'institut sont autant de raisons qui laissent croire que l'établissement est dans une véritable démarche qualité.

Enfin l'évaluation des enseignements et le suivi qui en est fait témoignent d'un souci constant de tendre vers la qualité.

Appréciation globale sur le standard : 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.

Sur la forme, la maquette de la Licence Marketing et Stratégie respecte les normes de la LMD. Le programme est organisé en semestres de cours et chaque semestre comporte 30 crédits soit un total de 180 crédits repartis sur six (6) semestres. Le programme est structuré autour de blocs d'enseignement appelés UE et crédités en fonction du volume horaire affecté. Les modalités d'enseignement se déclinent en CM, TD et TP. Sur le positionnement de l'offre, l'institut met beaucoup l'accent sur le fait que c'est un programme qui propose une « alternance

école/entreprise ». À l'aune des pratiques et à la suite de nos échanges avec les étudiants de la formation, il en ressort que le modèle reste encore inachevé et c'est plus une offre de stage garantie par l'établissement qu'une formation en alternance.

Sur le fond, la maquette est peu pertinente dans sa structuration et le parcours proposé aux étudiants de la Licence 1 à la Licence 2 peu lisible au regard de l'orientation de la formation.

Le programme se propose de former des professionnels du marketing et de la Stratégie mais n'offre véritablement des enseignements dans ce domaine qu'à partir de la Licence 3. En guise d'exemple, au semestre 1 nous relevons un seul enseignement en management (Introduction au management) et aucun enseignement en lien avec le marketing ; il en est de même au semestre 2 avec un seul cours « Introduction au marketing ». Le même constat reste valable pour les semestres 3 et 4 de la Licence 2. L'ancrage de la formation en Marketing et Stratégie n'est pas reflété par les contenus où les UE proposées en L1 et L2 sont le plus souvent éloignées des domaines du programme considéré. Les enseignements dans le domaine du marketing ne commencent véritablement qu'en licence 3.

L'architecture de la formation gagnerait donc à être mieux repensée pour donner plus de lisibilité à l'offre de formation proposée. Le Directeur des études ou les responsables de filières devraient également inciter davantage les intervenants à mettre à leur disposition les syllabus de cours à partir d'un modèle proposé par l'établissement afin d'harmoniser les formats.

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 Marketing et stratégie couvre partiellement les champs de la discipline même si les méthodes d'enseignement et d'évaluation sont définies en fonction des objectifs visés.

Le programme permet aux étudiants d'avoir des connaissances fondamentales en outils de gestion et des connaissances sommaires dans les domaines du Marketing et de la Stratégie. Des enseignements tels que l'entrepreneuriat, le développement personnel, le volontariat proposés dans la maquette sont de nature à préparer les étudiants à l'obtention de stage et l'insertion

professionnelle. De plus, l'école dispose d'un incubateur pour accompagner les étudiants porteurs de projets.

Appréciation globale sur le standard : 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. L'existence d'un manuel pédagogique et d'un livret de l'étudiant permettent de rendre l'information accessible aux étudiants. La mise à disposition des attestations et bulletins sont soumis au respect des règles qui régissent le système LMD et de quelques autres procédures administratives et financières notamment le fait d'être en règle avec le service de la comptabilité.

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

Les PV des résultats d'examen mis à notre disposition nous permettent d'affirmer que le programme maintient un taux de réussite satisfaisant. Les tableaux de distribution des taux de réussite par UE nous confortent davantage et révèlent une volonté manifeste de l'école d'exploiter les résultats pour faciliter la progression des étudiants.

Les initiatives relatives aux ateliers, aux séances de révisions encadrées et la disponibilité d'une banque d'épreuves, entre autres, sont caractéristiques d'une dynamique en mouvement pour renforcer la mise à niveau des étudiants.

Il convient toutefois de signaler que les classes de première année ne sont pas homogènes, car les étudiants en Marketing et Stratégie 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 qui y sont dispensés. Pour permettre à ces étudiants de mieux suivre, le dispositif de remédiation ou de Tutorat doit être renforcé et être plus exigeant, comme demandé par l'équipe pédagogique, dans la sélection des candidats à la formation.

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 programme de la licence professionnelle en marketing et Stratégie de UNIPRO dispose d'un corps enseignant, compétent du point de vue didactique et scientifiquement qualifié. Le programme est coordonné par un responsable de filière. Il faut cependant regretter le nombre de Docteur en marketing qui intervient dans le programme. La découverte, dans le cahier de texte, de la séquentialisation du module de marketing stratégique inadéquate et non fondé par un enseignant laisse à penser qu'il n'est pas compétent dans le domaine du marketing.

Appréciation globale sur le standard : 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.

Il existe un cahier des charges qui définit le volume horaire des différents intervenants et leur niveau de responsabilité. Cependant, on ne constate pas de manière formelle une répartition du temps de travail entre l'enseignement, la recherche et l'administration. Les contrats de travail des enseignants précisent le nombre d'heures de travail mais seulement sur le plan pédagogique. Ce qui laisse croire que le volet recherche n'est pas encore suffisamment intégré dans le dispositif de l'institut.

Appréciation globale du standard : NON ATTEINT

Standard 4.03: La mobilité du PER est possible.

UNIPRO a pris des initiatives pour mieux interagir avec les autres établissements d'enseignements supérieurs nationaux et internationaux. Cependant, les experts n'ont pas pu observer une mobilité effective d'un membre du PER. Il faut que l'école renforce ce partenariat qui n'est qu'à une application embryonnaire. Faire bénéficier des intervenants de ce programme de la mobilité.

Appréciation globale du standard : NON ATTEINT

Champ d'évaluation 5 : Étudiant(e)s**Standard 5.01 : Les conditions d'admission dans le programme sont publiées.**

Les critères d'admission au programme de Licence Professionnelle en Marketing et Stratégie sont publiés et connus à l'avance par les candidats. Les conditions d'admission à ce programme sont clairement définies et publiées (site web de l'établissement, flyers, presse, fiches de présentation...).

Les étudiants peuvent accéder au programme de Licence Professionnelle Marketing et stratégie soit par dossier en L1 soit par admission parallèle. Pour être admis au programme, il faut détenir un diplôme de baccalauréat ou d'un titre ou diplôme admis en dispense du baccalauréat. Ces conditions d'admission sont conformes aux exigences du LMD et des textes réglementant la Licence au Sénégal. Appréciation globale sur le standard : ATTEINT
Standard 5.02 : L'égalité des chances entre hommes et femmes est réalisée.
Dans l'ensemble, les conditions d'études présentées promeuvent l'égalité homme/femme. Les tableaux des effectifs présentés pour les années académiques 2016 jusqu'à 2022 confortent cette thèse de l'égalité hommes et femmes avec des effectifs globalement favorables aux dernières. 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.
UNIPRO a signé des contrats de partenariat intégrant des programmes d'échange avec des universités au Sénégal et internationales. La mobilité des étudiants est encouragée mais l'équipe d'experts n'a pas pu constater un programme de mobilité pour le programme en question. Appréciation globale sur le standard : NON ATTEINT
Standard 5.04: Il est pourvu à un encadrement adéquat des étudiant(e)s.
Les étudiants reçoivent un encadrement dans les cours magistraux, les études de cas et lors de la préparation et de la rédaction des rapports de stages. Le ratio nombre d'enseignants, nombre d'étudiant permet un encadrement adéquat des étudiants. Cependant pour la rédaction des rapports, l'encadrement n'est pas fait par des enseignants titulaires de doctorat. 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.
Beaucoup d'initiatives sont prises par UNIPRO pour l'insertion des étudiants dans le milieu du travail. Il s'agit notamment des conventions de stage signées avec des partenaires entreprises,

d'une unité d'incubateur, de l'obtention de stages pour tous les étudiants inscrits, et ce pour chaque année d'études jusqu'à la licence 3. Le SCAI accompagne et assiste les étudiants dans leur recherche d'emploi ou de stage en partageant des offres reçues des partenaires et en les orientant vers les entreprises qui correspondent à leur recherche. la Direction du programme met également à la disposition des étudiants des lettres de recommandations sur demande pour les appuyer dans leur recherche d'emploi/stage.

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.

Les matériels pédagogiques, administratifs et équipements nécessaires pour assurer une formation de qualité aux étudiants sont disponibles à long terme. La visite des locaux a permis de constater l'existence de salles de cours climatisées, d'une salle informatique équipée de 15 postes, d'une bibliothèque, d'une salle des profs entre autres équipements relatifs à la pédagogie. Il faut toutefois, noter que les ordinateurs de la salle informatique sont assez vétustes et aucun logiciel relatif au programme n'y est installé.

Par ailleurs, l'établissement dispose d'une infirmerie fonctionnelle et d'une salle de culte (mosquée) en cours de construction.

La liste du matériel pédagogique et des équipements est jointe en annexe.

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

6. Points forts du programme

- Locaux bien équipés et sécurisés ;
- Positionnement géographique de l'établissement (accessibilité) ;
- Dynamique de croissance de l'établissement ;
- Disponibilité et engagement du personnel administratif et pédagogique ;
- L'existence d'une documentation assez fournie (manuel de procédure, rapport d'exploitation sectoriel, exploitation des données relatives à la pédagogie approche scientifique)
- Existence de contrats formels pour le PER et les PATS (visa de l'inspection du travail) ;

- Existence d'une infirmerie fonctionnelle ;
- Maquette respectant globalement les règles du LMD ;
- Existence d'une cellule interne d'assurance qualité ;
- Évaluation régulière des enseignements et partage avec les enseignants ;
- Existence de conventions avec les entreprises et facilitation de l'obtention des stages pour les étudiants ;
- L'existence d'un annuaire des entreprises et de convention de stage ;
- Régularité dans le paiement des vacances et sociabilité du DG ;
- Existence d'un Syllabus normalisé pour les enseignants ;
- Existence du dispositif de placement en stage de tous les étudiants à la fin de chaque année de licence.

7. Points faibles du programme

- Absence d'EC fondamentaux en marketing ;
- Non pertinence de la dénomination de certaines UE ;
- L'inadéquation entre l'offre de formation et les profils de sorties visés ;
- Le modèle (positionnement) inachevé de formation en alternance ;
- Les incohérences dans la disposition des blocs d'enseignement et intitulé des EC ;
- Le faible nombre de docteurs ou enseignants-chercheurs du domaine qui interviennent dans la formation ;
- La durée des périodes de stages très courtes surtout au niveau de la L2 et L3 ;
- Insuffisance d'enseignements suffisamment pratiques (logiciels) ;
- Insuffisance de volume horaire pour des EC de marketing ;
- Absence d'UE optionnelles en Marketing en L1 et L2 ;
- Non distinction des UE de marketing et celles relatives au commercial ;
- Faiblesse du nombre de docteurs en Gestion et particulièrement en Marketing pour le programme (Encadrement lie au cœur de métier) ;
- Problème de pertinence des débouchés par rapport au niveau de la licence ;
- Absence de statistiques d'insertion par type de débouchés ;
- Trop d'UE générales qui ne sont pas forcément des compétences directes attendues dans la formation d'un spécialiste en marketing et communication.

8. Appréciations générales du programme

UNIPRO dispose d'un corps enseignant et d'un personnel administratif qualifiés pour la mise en œuvre du programme de licence Marketing et stratégie. Cependant, la maquette de la licence comporte des insuffisances liées à des problèmes de fond. Ainsi, des améliorations de fond sont nécessaires, notamment, en termes de renforcement en enseignements marketing mais également en termes de réorganisation de certaines UE.

Nous pensons que, même si, globalement la maquette de la licence Marketing et Stratégie respecte les règles générales de forme du LMD, le programme ne couvre pas pour autant les différents aspects du marketing et surtout de la stratégie qui est ainsi l'autre composante de la dénomination de cette licence que nous évaluons dans ce rapport.

Par ailleurs, on note que la dimension professionnalisation est bien présente dans l'articulation des activités pédagogiques. A cet effet, l'application d'une assurance qualité permet une évolution pertinente du programme

9. Recommandations à l'établissement

- Réorganiser la maquette en :
 - Renforçant le programme avec plus d'UE marketing ;
 - Renforçant le programme avec plus d'UE en stratégie ;
 - Respectant le principe de la cohérence dans la constitution des UE ;
 - Revoyant la dénomination de certaines UE ;
 - Respectant la nécessaire progression des enseignements ;
- Renforcer le tronc commun avec des UE optionnelles (surtout en marketing) aux deux semestres de la L1 et L2 ;
- Améliorer la fréquentation de la bibliothèque physique et renforcer son fonds documentaire ;
- Recruter plus d'enseignants permanents en Gestion ;
- Rendre plus dynamique l'incubateur pour favoriser l'auto-emploi ;
- Renforcer les activités d'immersion et de contact avec les entreprises ;
- Recruter sur les postes clés et alléger le service de la scolarité ;
- Encourager la formation du personnel administratif, titulaire pour la plupart du seul diplôme de Licence qui les fragilise dans l'accompagnement du niveau Master.

- Consolider les actions sociales et surtout veiller à une meilleure prise en charge médicale du personnel ;

10. Recommandations à l'ANAQ-Sup

-accompagner les établissements par des missions de sensibilisation sur la différence entre l'évaluation programme et institutionnelle ;

11. Proposition de decision:

Au regard des standards non atteints et qui sont fondamentaux pour une accréditation programme, l'équipe des experts émet l'avis « **NON ACCREDITEE** », afin

de permettre à UNIPRO de procéder aux corrections nécessaires sur la maquette pour un enseignement qui soit conforme avec la promesse faite sur la dénomination du programme à savoir « **licence en marketing et stratégie** ».

12. Annexe

Matériels

DESIGNATION	NOMBRE
Salle de cours (table, chaise, tableau téléviseur etc...)	Oui
Infirmierie	1
Extincteurs fonctionnels	Oui
Amphitheatre	Non
Salle des professeurs	1
Espace de travail (Esplanade)	Oui
Salle Informatique	1