

RÉPUBLIQUE DU SÉNÉGAL

Un Peuple – Un But – Une Foi

MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR, DE LA RECHERCHE ET DE L'INNOVATION

(MESRI)

AUTORITÉ NATIONALE D'ASSURANCE QUALITÉ DE L'ENSEIGNEMENT
SUPÉRIEUR, DE LA RECHERCHE ET DE L'INNOVATION

(ANAQ-SUP)



**RAPPORT D'ÉVALUATION EXTERNE DU PROGRAMME
EXECUTIVE MASTER EN MARKETING DE BORDEAUX
MANAGEMENT SCHOOL DAKAR (BEM DAKAR)**

L'équipe d'évaluation :

- M. Maguette Teuw DIAO, Professeur assimilé, UCAD ; Président
- Mme Ndèye Astou Manel FALL, Maître de Conférences Assimilé, UAM, Membre
- M. Oumar DJIGO, Professionnel du Marketing, Membre

Signature :

Pour l'Equipe, le Président

Juillet 2025

SOMMAIRE

Introduction.....	3
1. Présentation de l'EES et du programme évalué	3
2. Avis sur le rapport d'auto-évaluation.....	5
3. Description de la visite sur le terrain.....	5
4. Appréciation du programme au regard des standards de qualité de l'ANAQ-Sup.	7
5. Points forts du programme.....	16
6. Points faibles du programme.....	16
7. Appréciations générales du programme	17
8. Recommandations à l'Établissement	17
9. Recommandations à l'ANAQ-Sup.....	17
10. Proposition de décision :	17

Introduction

L'établissement d'Enseignement Supérieur BORDEAUX MANAGEMENT SCHOOL DAKAR (BEM DAKAR) a présenté à l'Autorité Nationale d'Assurance Qualité de l'enseignement supérieur, de la recherche et de l'innovation (ANAQ-Sup), un rapport d'autoévaluation du programme de Executive Master en Marketing en vue d'obtenir une accréditation.

C'est ainsi que l'ANAQ-Sup a désigné une équipe d'experts composée du Professeur Maguette Teuw DIAO, du Docteur Ndéye Astou Manel FALL et de M. Oumar DJIGO pour procéder à l'évaluation externe du programme de Executive Master en Marketing. Le jeudi 17 juillet 2025, l'équipe d'experts a effectué la mission d'évaluation en vue de vérifier si le programme soumis à l'accréditation satisfait aux standards de qualité de l'ANAQ-Sup. Le présent rapport est rédigé par l'équipe d'évaluateurs externes suivant le format recommandé par l'ANAQ-Sup et sur la base des informations collectées lors de la visite sur le site de BEM Dakar (plénières, entretiens, éléments de preuves, visites des infrastructures et équipements).

1. Présentation de l'EES et du programme évalué

1.1 Présentation de l'EES

BEM Management School Dakar est un établissement d'enseignement privé d'enseignement supérieur reconnu et habilité par l'état du Sénégal (agrément provisoire N°059/AG/ME/DES du 31 Mars 2008 ; agrément définitif N°0731 MESR/DGES/DSP du 27 Juin 2013 ; arrêté d'habilitation institutionnelle N°019534 du 31 mai 2023).

BEM DAKAR est une société anonyme dotée d'un capital de 10 000 000 FCFA et immatriculée sous le NINEA 28877790S3 et sous le registre de commerce N°SNDKR 2008B2585. BEM Dakar s'est donné pour mission la formation de cadres de haut niveau, directement opérationnels dans le domaine du management, des technologies de l'information et de la communication, du droit, etc. Elle offre plusieurs licences et masters, en formation initiale et en formation continue. La mission et les objectifs de BEM Dakar sont exprimés dans un plan stratégique et s'appuient sur les valeurs **d'Excellence, d'Innovation et d'Exemplarité**.

Pour atteindre ses objectifs stratégiques, BEM Dakar dispose d'un Comité Scientifique et Académique (CSA) et d'un Conseil d'Orientation Stratégique (COS).

BEM Dakar a noué des partenariats stratégiques avec 26 universités et Grandes écoles comme KEDGE, HEC Montréal, Paris Dauphine, entre autres. Par ailleurs, BEM Dakar est membre de l'Agence Universitaire de la Francophonie, de l'African Association of Business School, de la Conférence des grandes écoles et de l'Association Sénégalaise des Sciences de Gestion.

1.2 Présentation du programme de l'Executive Master en Marketing

Lancé en 2008-2009 à la suite de concertations avec les milieux professionnels, l'Executive Master en Marketing traduit la volonté de BEM Dakar de satisfaire les besoins de recrutement des entreprises appartenant à des secteurs d'activité variés de l'économie. L'Executive Master en Marketing est un diplôme de niveau Bac + 5 ayant pour objectif la formation de managers ayant des compétences dans la conception, l'exécution et la gestion des activités marketing et commerciales. Ainsi, à l'issue de la formation, les diplômés disposent des compétences pour assumer les tâches marketing suivantes :

- Politique de produit ;
- Politique client ;
- Politique de distribution ;
- Politique de communication ;
- Politique de fidélisation ;
- Politique de Recherche et Développement.

Plusieurs débouchés s'offrent aux diplômés du Programme d'Executive Master en Marketing :

- Business developer ;
- Responsable études de marchés ;
- Community manager ;
- Commercial grand compte ;
- Chef de produit / Brand manager ;
- Directeur de la Recherche et du Développement
- Directeur des ventes locales
- Directeur des ventes export
- Directeur d'agence
- Directeur de point de vente
- Directeur des opérations
- Directeur de la stratégie

- Directeur de la communication
- Directeur des audits commercial et marketing
- Directeur de publicité
- Directeur commercial
- Directeur marketing
- Directeur commercial et marketing
- Trade marketer
- Trader
- Manager de rayon et de magasins ;
- Consultant marketing
- Etc.

2. Avis sur le rapport d'auto-évaluation

Le rapport d'autoévaluation du programme d'Executive Master en Marketing est un document de 197 pages, dont 133 pages d'annexes. Il est rédigé suivant le référentiel du format de l'ANAQ-Sup. Un comité de pilotage composé de toutes les parties prenantes a effectué l'autoévaluation du programme en se basant sur des données collectées par entretiens, observations et recherche documentaire. La lecture du rapport d'autoévaluation est facile et tous les standards sont bien renseignés. Les éléments de preuves sont présentés dans les annexes ou, à défaut, consultables sur le site de BEM Dakar.

3. Description de la visite sur le terrain

○ Organisation et déroulement de la visite

La visite a eu lieu sur le site de BEM à Dakar Sacré Cœur III Pyrotechnie. Le planning de la visite est basé sur le modèle d'agenda indicatif proposé par l'ANAQ-Sup. L'équipe d'experts a été accueillie vers 8h par la Directrice Générale de BEM Dakar, Madame Marie Odile SENE. Vers 8 h 30 mn, l'équipe d'experts a été installée dans la salle réservée pour les travaux de l'évaluation externe. Le Président a ouvert la séance en rappelant les objectifs de la mission et en déclinant le planning de la visite. Après un tour de table pour la présentation des acteurs, les travaux ont démarré à 8 h 50 mn par la présentation de l'établissement qui a été faite par le Docteur Malick FAYE, Directeur académique de BEM Dakar. Dans sa présentation, Dr. FAYE a mis l'accent sur les origines de BEM Dakar, le chemin parcouru, le projet pédagogique, les effectifs des étudiants et des PATS. Aujourd'hui, BEM est présent en Côte d'Ivoire, au Cameroun, au Congo Brazzaville, avec des perspectives d'ouverture en Guinée Conakry et au

Mali. Selon le Dr. FAYE, les ressources humaines constituent les principaux enjeux du développement international de BEM. A la suite du Dr. FAYE, Madame Aïchatou Dieng NGOM a présenté le dispositif d'accompagnement à l'insertion professionnelle de BEM.

La présentation du programme d'Executive Master en Marketing a été faite par Monsieur Kalidou BATHILY et par Monsieur Ibrahima DIOUF, respectivement Directeur de la qualité et des accréditations et Directeur des Masters. Cette présentation est axée sur les objectifs du programme, les débouchés et la maquette.

Par la suite, les évaluateurs ont pris la parole pour faire des observations sur le rapport d'autoévaluation et sur le programme. C'est ainsi que Dr. Ndéye Astou Manel FALL a axé son intervention sur des métiers non pris en compte dans les débouchés, la présence d'UE avec 10 crédits ou formée d'un seul élément constitutif, l'absence de modules liés à la communication multicanale, du marketing expérientiel. Elle a notamment fait part de l'absence d'activités de recherche au sein de l'établissement. Dans son intervention, M. Oumar DJIGO a fait part du caractère imprécis de certains EC comme : « Pilotage de la performance », « Application SPSS », « Communication et réseaux sociaux », etc. Il a en outre signalé l'absence de modules comme le droit du marketing, le droit des TIC, ou encore de Content Management System (CMS) pour la création de sites web. Le Professeur Maguette Teuw DIAO a fait des observations similaires en soulignant l'absence de module de marketing international et la nécessité d'avoir des intitulés d'EC indiquant le contenu des apprentissages.

Après les observations de l'équipe d'experts, le comité de pilotage, en l'occurrence Dr. Malick FAYE, M. Ibrahima DIOUF et M. Kalidou Bathily ont pris la parole pour apporter des éléments de réponse. Ils ont affirmé que la maquette est régulièrement mise à jour. De ce fait, Ils ont assuré aux experts que les recommandations relatives à la maquette seront prises en compte, tout en reconnaissant la difficulté de tout intégrer dans une maquette.

Après les discussions avec l'équipe dirigeante et les membres du comité de pilotage, les évaluateurs se sont entretenus tour à tour avec les enseignants, les étudiants et PATS.

Les échanges avec les enseignants du programme ont principalement porté sur leur statut et leur niveau d'implication dans le programme, leurs contraintes et leurs attentes pour une meilleure exécution de leur enseignement dans le programme.

Les discussions avec les étudiants ont porté sur leurs motifs de choix du programme, les conditions de mise en œuvre du programme (programmation des cours, encadrement, qualité des enseignements), l'accompagnement à l'insertion, leur niveau de satisfaction, etc. Enfin, les échanges avec les PATS ont porté sur leur rôle dans la mise en œuvre du programme évalué, leurs fonctions et leurs conditions de travail.

Après les entretiens avec ces différentes parties prenantes du programme, une pause a été prise. L'équipe a profité de cette pause pour consulter les éléments de preuves disponibles dans la salle. Après la pause, l'équipe d'expert a procédé à une visite des locaux en étant accompagnée par M. Kalidou Bathily, M. Ibrahima DIOUF et M. BALDE. Les experts ont pu visiter des salles de conférence et de cours, des bureaux, la bibliothèque etc. Globalement, l'équipe a pu apprécier la qualité des infrastructures et le niveau des équipements. Par ailleurs, l'équipe a constaté que BEM Dakar disposait de plusieurs bâtiments et campus dans son site de Sacré Cœur III.

○ **Appréciation de la visite** (difficultés, facilités, leçons apprises, etc.)

La visite s'est déroulée dans de très bonnes conditions. L'équipe de direction et les membres du personnel de BEM Dakar ont fait montre d'une disponibilité et d'une promptitude à répondre aux requêtes des experts évaluateurs. Les discussions se sont déroulées dans une atmosphère cordiale et coopérative. L'équipe d'experts remercie la direction de BEM Dakar et le personnel pour la qualité de l'accueil et leur professionnalisme.

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 de formation
Standard 1.01 : Le programme de formation est régulièrement dispensé
Appréciation globale du standard Le projet pédagogique de l'Executive Master en Marketing est né avec BEM. Le programme est ainsi proposé de manière continue depuis 2008-2009 et a sorti plusieurs promotions, comme en témoignent des attestations de réussite, des relevés de notes, des PV de délibérations, ainsi que des exemplaires de mémoires soutenus.
Conclusion sur le standard : ATTEINT

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

Appréciation globale du standard

Les objectifs du programme de l'Executive Master en Marketing reflète bien la mission et le plan stratégique de l'établissement. Pour rappel, BEM Dakar s'est donnée pour mission la formation de cadres de haut niveau opérationnels sur-le-champ. Le programme forme des managers compétents dans la gestion des activités marketing et commerciales. Ses objectifs sont donc en cohérence avec la mission et le plan stratégique de BEM Dakar.

Conclusion sur le standard : ATTEINT

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

Appréciation globale du standard :

Le programme de formation est mis en œuvre avec la participation et l'implication du monde professionnel et socioéconomique. En effet, BEM Dakar entretient des relations avec plusieurs entreprises comme en attestent les conventions de partenariats consultées sur place. Par ailleurs, l'implication des professionnels en tant qu'enseignants vacataires dans le programme garantit quelque peu l'adéquation de la formation aux besoins des entreprises. La volonté de maintenir un contact permanent avec le monde professionnel et socio-économique se cristallise par la mise sur pied de la Direction de la Relation entreprise et du Comité d'Orientation Stratégique (COS).

Conclusion sur le 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 par les organes habilités et communiqués à toutes les personnes concernées

Appréciation globale du standard :

BEM DAKAR dispose d'un organigramme qui fait ressortir une distinction entre les organes de gouvernance académique, stratégique et administratif. La gouvernance académique est assurée par le Conseil académique et Scientifique (CSA) qui définit les orientations pédagogiques de l'établissement. Le pilotage stratégique est réalisé à travers le Conseil d'orientation Stratégique (COS). La gouvernance administrative est assurée par la Direction Générale qui s'appuie sur plusieurs directions et services opérationnels. Les processus, les compétences et les responsabilités décisionnelles sont définis par ces organes et communiqués à travers des actes de nomination, des arrêtés ou des notes de services.

Conclusion 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

Appréciation globale du standard :

Le Personnel d'Enseignement et/ou de Recherche (PER) semble engagé et participe activement à la mise en œuvre du programme de formation. Les enseignants rencontrés ont participé à des révisions de la maquette du programme et interviennent dans les délibérations de jury d'examen, ainsi que dans les encadrements et soutenances de mémoire. En outre, le PER reçoit un retour sur les évaluations des enseignements faits par les étudiants du programme.

Conclusion sur le standard : ATTEINT

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

Appréciation globale sur le standard :

BEM Dakar dispose d'une cellule interne d'assurance qualité qui met en œuvre la politique qualité. L'établissement a désigné un directeur de la qualité et des accréditations. L'évaluation des enseignements est faite de manière systématique par les étudiants. Les résultats de cette évaluation font l'objet d'une exploitation minutieuse débouchant sur de changements dans la mise en œuvre du programme : amélioration des conditions d'apprentissage, mise à jour du programme ou réaffectation d'enseignements. Régulièrement, le programme d'Executive

Master en Marketing fait l'objet d'auto-évaluations. D'ailleurs, le programme a déjà été accrédité dans le cadre du programme PRED du CAMES (Libreville, 2014).

Conclusion sur le standard : ATTEINT

Standard 2.04 : Le programme de formation fait périodiquement l'objet de mesures d'adaptation par des révisions régulières

Appréciation globale sur le standard :

Le programme d'Executive Master en Marketing fait constamment l'objet de mises à jour pour l'adapter aux besoins du marché. Les révisions se basent d'une part sur l'exploitation du résultat de l'évaluation des enseignements et d'autre part sur les orientations du COS. Par ailleurs, la participation de PER et d'étudiants professionnels favorise davantage l'adaptation de la formation aux besoins des entreprises.

Conclusion sur le standard : ATTEINT

Champ d'évaluation 3 : Curriculum et méthodes didactiques

Standard 3.01 : Le programme de formation dispose d'une 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 du standard :

Le programme d'Executive Master en Marketing dispose d'une maquette structurée en conformité avec les normes du LMD. Il est mis en œuvre sur deux années de formation, divisée chacune en deux semestres que les étudiants doivent valider pour obtenir les 60 crédits annuels. Toutefois l'équipe d'experts a constaté quelques insuffisances comme des UE avec un seul EC, des intitulés qui ne reflètent pas le contenu des EC (pilotage de la performance, Application SPSS, Export, etc.). Les EC disposent de syllabus. Cependant le contenu de certains syllabus n'est pas en cohérence avec les EC (marketing des services) si bien que l'équipe d'experts s'est demandé si ces syllabus étaient réellement suivis par les enseignants du programme. En outre, la bibliographie de certains syllabus semble datée avec des références très anciennes. Aussi, les experts recommandent aux responsables du programme de mettre à jour la maquette et les syllabi lors de la prochaine révision.

Conclusion sur le standard : ATTEINT

Standard 3.02 : Le programme de formation 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 et à son intégration dans la communauté. Les méthodes d'enseignement et d'évaluation sont définies en fonction des objectifs de formation.

Appréciation globale du standard

Le programme de formation couvre les principaux aspects du marketing et de la gestion commerciale. Il permet aux apprenants d'acquérir les compétences nécessaires à la mise en œuvre d'une stratégie marketing tant dans sa dimension stratégique qu'opérationnelle. Le programme se préoccupe de l'insertion professionnelle des diplômés. A cet effet, un dispositif d'accompagnement à l'insertion existe et des rencontres régulières sont organisés avec les entreprises. Par ailleurs, il y a une cohérence entre les modalités d'enseignement et d'évaluation avec les objectifs du programme. Les méthodes d'enseignement sont orientées vers l'acquisition et le développement de compétences qui préparent les apprenants au marché du travail. Ces méthodes s'articulent autour CM, de TD, d'étude de cas pratiques, de simulations et missions de terrains, entre autres. Toutefois, les évaluateurs ont noté l'absence de certains modules comme le marketing international, le droit du marketing, le marketing expérientiel etc.

Conclusion sur le standard : ATTEINT

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

Appréciation globale du standard :

Les conditions d'obtention et délivrance des attestations et diplômes sont bien définies et communiquées par le règlement pédagogique de BEM DAKAR. Le règlement de BEM Dakar indique les conditions d'organisation des évaluations (contrôle continu et examens) et d'obtention des relevés de notes et attestations. Le portail informatique Kairos est utilisé pour faciliter le planning des cours et des évaluations, ainsi que la saisie des notes par le PER.

Conclusion 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.

Appréciation globale du standard :

Le taux de réussite enregistré par le programme est globalement satisfaisant. D'ailleurs, sur trois ans, on note une hausse tendancielle. Cette hausse est certainement le résultat de mesures d'amélioration prises par les responsables du programme.

Année académique	2020-2021	2021-2022	2022-2023
Taux de réussite	52%	65%	73%

Conclusion 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.

Appréciation globale du standard :

Les enseignements du programme sont dispensés par un corps enseignant compétent sur le plan didactique et qualifié du point de vue scientifique. En effet, on note l'intervention de PER issu du monde académique et d'enseignants qui sont des professionnels d'entreprise. L'entretien avec le corps professoral a permis de s'enquérir de l'existence d'une politique de stabilisation du PER avec des contrats établis en fonction de leur catégorie (enseignants vacataires, associés, permanents). L'entretien a dévoilé un engagement et une implication du PER. L'entretien avec les étudiants a révélé leur niveau de satisfaction vis-à-vis des prestations du corps enseignant. Le programme s'appuie sur un corps professoral de 27 enseignants. Toutefois, le nombre d'enseignants permanents est très faible.

Conclusion 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.

Appréciation globale du standard :

Dans les contrats d'engagement des vacataires, il n'y a pas de mention relative à la répartition du volume horaire entre les différentes activités d'enseignement, de recherche et d'administration. Le temps de travail est donc principalement consacré par les vacataires à l'enseignement et correspond au temps de cours prévu dans les contrats de vacation. Toutefois, il apparaît que pour le PER permanent, le volume horaire statutaire est défini en fonction des activités d'enseignement, de recherche, d'expertise et d'administration. Nous invitons BEM Dakar à en faire de même pour les enseignants vacataires issus du monde académique et du monde professionnel, en répartissant les charges horaires, au moins, en activités d'enseignement et de recherche. En effet, les vacataires académiques peuvent s'impliquer dans la recherche en encadrant des mémoires, en participant à des jurys de soutenances et en copubliant des articles avec le PER permanent de BEM Dakar.

Conclusion sur le standard : ATTEINT

Standard 4.03 : La mobilité du PER est effective.

Appréciation globale sur le standard

La mobilité du PER devrait être possible eu égard aux conventions signées avec plusieurs institutions d'enseignement supérieures (KEDGE, HEC Montréal, Paris Dauphiné, etc.). Toutefois cette mobilité n'est pas effective à cause, certainement, du très faible effectif de PER permanent. Par conséquent, l'équipe d'experts invite BEM Dakar à promouvoir la mobilité du PER vacataire ayant notamment le statut d'universitaire.

Conclusion sur le standard : NON ATTEINT

Champ d'évaluation 5 : Étudiant(e)s

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

Appréciation globale sur le standard :

Les conditions d'admission dans le programme sont déterminées dans le règlement pédagogique de BEM Dakar. Elles sont publiées sur flyers et plaquettes commerciales, ainsi que sur le site web de l'établissement. L'admission au programme se fait sur la base d'une étude de dossier, complétée par un entretien avec le jury de recrutement.

Conclusion sur le standard : ATTEINT

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

Appréciation globale du standard :

Les conditions d'admission et de déroulement des études du programme d'Executive Master en Marketing garantissent l'égalité des chances entre les hommes et les femmes. L'évolution du ratio Femme/Homme, au fil des années, semble naturelle et ne procède pas d'une quelconque discrimination basée sur le genre.

Conclusion sur le standard : ATTEINT

Standard 5.03 : L'encadrement adéquat des étudiant(e)s est assuré.

Appréciation globale du standard :

Le programme de formation assure aux étudiants un encadrement pédagogique, scientifique et administratif approprié. Le taux d'encadrement des étudiants est satisfaisant. En outre, les étudiants bénéficient de l'accompagnement du PATS et de la direction du Programme. L'entretien avec les étudiants a révélé un certain enthousiasme vis-à-vis du programme, ce qui dénote la qualité de l'encadrement dont ils bénéficient.

Conclusion sur le standard : ATTEINT

Standard 5.04 : La mobilité des étudiant(e)s est possible et encouragée par la reconnaissance mutuelle inter établissements et celle de l'interdisciplinarité des acquis.

Appréciation globale du standard :

BEM Dakar est lié par des conventions à un réseau de partenaires diversifiés. Ces partenariats rendent largement possible la mobilité des étudiants. Toutefois, l'effectivité de la mobilité dépend en grande partie des étudiants du programme qui doivent en exprimer la volonté. Par ailleurs, la proportion élevée d'étudiants professionnels fait que le dispositif de mobilité existant n'est pas très exploité.

Conclusion sur le standard : ATTEINT

Standard 5.05 : Le programme se préoccupe de l'insertion socioprofessionnelle des étudiant(e)s.

Appréciation globale sur le standard :

L'évaluation externe a permis de constater que BEM Dakar est très dynamique dans les activités d'accompagnement à l'insertion des étudiants. Ces activités sont pilotées par une Direction de la relation Entreprise et un Career Center. En plus, l'établissement organise régulièrement des ateliers de simulation d'entretien et de rédaction de CV. Par ailleurs, des offres d'emploi sont proposées aux étudiants du programme via le dispositif d'accompagnement à l'insertion dans le milieu du travail.

Conclusion sur le standard : ATTEINT

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

Standard 6.01 Le programme de formation dispose de ressources suffisantes pour réaliser ses objectifs. Celles-ci sont disponibles à long terme.

Appréciation globale du standard :

La disponibilité des ressources financières et la dotation en infrastructures et équipements (bâtiments, salles de cours et de conférences, bureaux, matériels informatiques et didactiques, bibliothèques etc.) assurent à BEM Dakar une mise en œuvre du programme de Exécutive Master en Marketing. Les éléments d'états financiers consultés sur place montrent que l'établissement dispose de ressources financières pour atteindre ses objectifs

Conclusion sur le standard : ATTEINT

5. Points forts du programme

- Existence d'un plan stratégique ;
- Qualité des infrastructures équipements ;
- Existence bibliothèque physique et numérique ;
- Fort engagement du PATS et du PER ;
- Forte présence de professionnel dans le programme ;
- Niveau de satisfaction élevé des étudiants du programme ;
- Dispositifs d'accompagnement et d'insertion professionnelle (Career center) ;
- Des partenaires académiques diversifiés (HEC Montréal, KEDGE, Paris Dauphine) ;
- Maquette conforme au LMD ;
- Qualité du management de l'organisation et de la gouvernance (CA, CSA, COS) ;
- Existence d'un dispositif d'évaluation des enseignements ;
- Disponibilité et réactivité de l'encadrement pédagogique et administratif ;
- Existence d'un dispositif de renforcement des capacités du PATS ;
- Existence d'un dispositif de prise en charge sociale ;
- Existence d'une CIAQ fonctionnelle ;
- Existence d'une infirmerie fonctionnelle.

6. Points faibles du programme

- Faiblesse de l'effectif du PER permanent ;
- Absence d'activités de recherche ;
- Contenu de certains syllabus inadaptés aux éléments constitutifs, notamment en Marketing des services. ;
- Absence de modules de communication digitale et multicanale ;
- Insuffisance du volume horaire de certains EC (marketing stratégique, comportement du consommateur, décisions marketing) ;
- Absence de cours d'anglais dans le programme en Master 2 ;
- Absence de mobilité des enseignants ;
- Mobilité des étudiants non effective ;
- Nombre de places très limité de la bibliothèque ;
- Ouvrages de la bibliothèque assez anciens.

7. Appréciations générales du programme

Le programme d'Exécutive Master en Marketing est en cohérence avec les objectifs stratégiques de BEM Dakar. Il est mis en œuvre depuis plusieurs années. Le programme a produit des diplômés qui satisfont aux besoins en compétences marketing des entreprises de divers secteurs d'activités.

8. Recommandations à l'Établissement

- Améliorer le ratio de PER permanent ;
- Promouvoir la mobilité du PER et des étudiants
- Mettre à jour les syllabi ;
- Promouvoir la recherche et l'animation scientifique ;
- Intégrer des modules de communication digitale et multicanale ;
- Intégrer un module d'anglais en Master 2 ;
- Renforcer le volume horaire de certains modules ;
- Acquisition d'ouvrages récents pour la bibliothèque
- Augmenter le nombre de places assises de la bibliothèque.

9. Recommandations à l'ANAQ-Sup

L'équipe d'experts recommande à l'ANAQ-Sup de reconsidérer les exigences du standard 4.02 que les établissements d'enseignement supérieur privés ont du mal à satisfaire. En effet, ces établissements appliquent un business model basé sur le recours à des enseignants vacataires qui ne dispensent que des cours et, par conséquent, ne sont pas appelés à exécuter des activités de recherche ou des tâches administratives.

10. Proposition de décision :

L'équipe d'évaluateurs externes désignée par l'ANAQ-Sup pour l'évaluation du programme de Master en Executive Marketing de BEM Dakar propose à l'unanimité la décision suivante :

ACCRÉDITATION.