

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)**



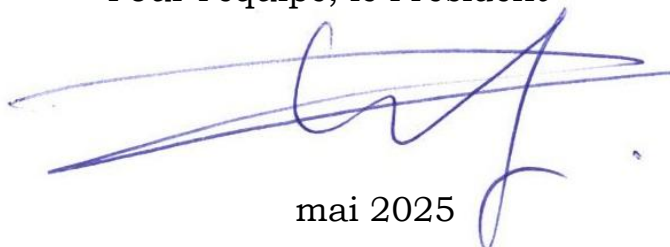
**RAPPORT D'ÉVALUATION EXTERNE DU PROGRAMME
D'EXECUTIVE BACHELOR EN MARKETING ET
COMMUNICATION DE BORDEAUX MANAGEMENT SCHOOL
DAKAR (BEM DAKAR)**

Composition de l'équipe des évaluateurs externes :

- Alioune DIENG, Professeur titulaire, UCAD ;
- Maguette Teuw DIAO, Professeur assimilé, UCAD ;
- Mamadou Diouma DIALLO, Maître de Conférences titulaire, UGB.

Signature :

Pour l'équipe, le Président



mai 2025

SOMMAIRE

Introduction.....	3
1. Présentation de l'établissement et du programme	3
2. Avis sur le Rapport d'auto-évaluation.....	5
3. Description de la visite du site hébergeant le programme.....	6
4. Appréciation du programme au regard des standards d'assurance qualité de l'ANAQ-Sup 9	
5. Points forts du programme	25
6. Points faibles du programme	26
7. Appréciations générales du programme.....	26
8. Recommandations à Bordeaux Management School (BEM Dakar).....	27
9. Recommandations à l'ANAQ-Sup.....	28
10. Proposition de décision	28

Introduction

Le jeudi 8 mai 2025, une équipe d'experts, composée de M. Alioune Dieng (UCAD), M. Maguette Teuw Diao (UCAD) et de M. Mamadou Diouma Diallo (UGB), a effectué une mission d'évaluation de la Licence dénommée « Executive Bachelor en Marketing et Communication » de Bordeaux Management School Dakar (BEM Dakar).

Le présent rapport donne un avis sur le rapport d'autoévaluation de ce programme de formation, procède à son analyse au regard des standards d'assurance qualité définis par l'Autorité nationale d'Assurance Qualité de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation du Sénégal (ANAQ-Sup), formule des recommandations et propose au Conseil scientifique de ladite institution un avis favorable ou défavorable pour son accréditation. Il est le résultat de l'exploitation méthodique et détaillée des données recueillies lors de la visite sur le site de BEM Dakar (exposés, entretiens, éléments de preuves physiques et numériques, infrastructures, matériel & équipements...).

1. Présentation de l'établissement et du programme

- **Présentation de Bordeaux Management School Dakar (BEM Dakar)**

Établissement privé d'enseignement supérieur, classé à plusieurs reprises « meilleure business school d'Afrique francophone par le magazine *Jeune Afrique* », l'école supérieure de sciences de commerce et gestion, Bordeaux Management School Dakar (BEM Dakar), est reconnue et habilitée 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 en date du 31 mai 2023). L'établissement (NINEA 28877790S3, registre de commerce N°SNDKR 2008B2585 du 14/02/2008) forme dans les domaines de la Gestion, du Marketing, des Technologies de l'Information et de la Communication, du Droit, etc.

La mission principale de BEM Dakar, sous-tendue par des valeurs d'« excellence », d'« innovation » et d'« exemplarité » et une organisation

académique et pédagogique efficace et flexible (Comité Scientifique et Académique, Conseil d'Orientation Stratégique, Direction des Études, Responsables de programmes...), est la formation permanente de cadres de haut niveau, directement opérationnels, sur le marché du travail. Cette ambition est couronnée par l'accréditation de plusieurs de ses programmes (7 Licences et 17 Masters) par le CAMES et l'ANAQ-Sup. De plus, elle est affirmée par une coopération soutenue et fructueuse avec le monde universitaire et professionnel (KEDGE, HEC Montréal, Paris Dauphine, Agence Universitaire de la Francophonie, African Association of Business School, Conférence des Grandes Écoles, Association Sénégalaise des Sciences de Gestion, etc.). Cela ne l'empêche pas de chercher à diversifier ses programmes et son partenariat avec les universités et les entreprises nationales et internationales.

- **Présentation du programme d'Executive Bachelor en Marketing et Communication de BEM Dakar**

Créé en 2008-2009 (15 promotions formées), le programme « Executive Bachelor en Marketing et Communication », de niveau Bac + 3, a pour objectif fondamental de « préparer aux métiers et activités du marketing, de la vente et de la communication aussi bien en Petites et Moyennes Entreprises (PME)/Petites Moyennes Industries (PMI) que dans les grandes entreprises » et de doter les apprenants de compétences dans les domaines suivants :

- conception et exécution de projets marketing et communication commerciale,
- management, droit, comptabilité, économie et fiscalité,
- soft skills et outils supports (langues, informatique, entrepreneuriat, développement personnel, méthodologie...).

À l'issue de la formation, les apprenants ont le choix entre plusieurs débouchés :

- Assistant Chef de produit,
- Assistant Communication d'entreprise,
- Assistant Marketing,

- Assistant Administrateur des ventes,
- Assistant Chef de publicité,
- Assistant Community manager,
- Assistant Développement commercial,
- Assistant Export,
- Assistant Promotion et Animation,
- Assistant Trade Marketing,
- Chargé de Clientèle,
- Web Marketer,
- Community Manager,
- Assistant Études marketing,
- Assistant commercial,
- Business Developer.

2. Avis sur le Rapport d'auto-évaluation

Le rapport d'auto-évaluation du programme d'Executive Bachelor en Marketing et Communication est un document de 179 pages qui décrit d'abord le processus qui a mené à sa rédaction :

- création et constitution du Comité de pilotage,
- définition d'un calendrier des activités,
- réunions d'information et de sensibilisation,
- identification des sources de données,
- collecte et exploitation des données,
- rédaction, validation et transmission du rapport.

Il procède ensuite à une présentation de BEM Dakar et de ses différents démembrements en prenant le soin d'insister sur toutes les informations générales utiles liées à la description des missions, de la politique d'excellence, des valeurs, des choix stratégiques et des programmes de formation de la structure privée d'enseignement supérieur. Il expose en outre les contours du programme d'Executive Bachelor en Marketing et Communication (contexte de création, fiche synoptique, objectifs de formation, débouchés).

Par ailleurs, il fait l'auto-évaluation de ce programme de formation en s'appuyant rigoureusement sur les standards d'assurance qualité de l'ANAQ-Sup. À la fin de l'analyse des différents champs, une synthèse des points forts, des points faibles, des perspectives d'amélioration est systématique effectuée.

Enfin, une synthèse générale, complétée par une annexe exhaustive, revient sur les points forts, les points faibles et les points à améliorer du programme.

Le caractère scientifique, inclusif et détaillé du rapport d'auto-évaluation (réunions préparatoires, mise en place des structures de pilotage, collecte, exploitation et analyse de données) en constitue l'élément décisif.

3. Description de la visite du site hébergeant le programme

3.1 Organisation et déroulement de la visite

L'organisation et le déroulement de la visite du site ainsi que l'examen du programme à évaluer se sont déroulés selon le calendrier suivant :

PRÉSENTATION DE LA VISITE		
Heures	Activités	Participants
09h 30–10 h 30 mn	Arrivée et installation des experts externes de l'ANAQ-Sup, 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	Directrice Générale, Experts Externes ANAQ-Sup, Directeur académique, Directeur de la Formation continue, DAE, Directeur des Masters et de l'Innovation, Directeur des MBA, DFC, Directeur Campus Indépendance, Responsable de la Communication, Coordonnateur des Programmes

10h 30 mn -13 h	Présentation du programme et discussions (échanges, demande de documents complémentaires)	Experts ANAQ-Sup, Directeur académique, Directeur de la Formation continue, DAE, Directeur des Masters et de l'Innovation, Directeur des MBA, DFC, Directeur Campus Indépendance, Responsable de la Communication, Coordonnateur des Programmes
13h -13 h 45 mn	Entretien et discussions avec le PER du programme	M. Abdoul Wahab Touré, M. Seydou Nourou Koïta, M. M. Ba, M. Dieumbe Diagne, Dr Pascal Oudiane, M. Abdoulaye Gaye
13h 45 h - 14 h 30	Entretien et discussions avec les étudiants	M. Jacques Diahm, M. Gabriel Pathé Thiaw, Mme Fatoumata Binetou Sène, Mme Julie Madeleine Diouf, M. Guy David Tossa, Mme Mbouiangou Deborah Antonella
14h 30-15 h 15 mn	Entretien et discussions avec le PATS	Responsables des Programmes, Cheffe Comptabilité, Assistante RH et Moyens généraux, Assistant Multimédia, Responsable Communication et Marketing, Infirmière, Chargée de la Promotion
Pause déjeuner		
16h 15 mn -17 h	Visite des locaux et des infrastructures (locaux pédagogiques, bibliothèque, centre de documentation, bloc administratif, salles de cours et autres infrastructures pédagogiques, toilettes), dispositif de sécurité incendie - environnement (extincteurs, bouches d'incendie, escaliers de secours, etc.)	Directeur des Masters et de l'Innovation, Experts-Évaluateurs Externes de l'ANAQ-Sup, Responsable des Salles
17h - 17 h 45 mn	Synthèse de la journée	Experts-Évaluateurs Externes de l'ANAQ-Sup
17h 45 mn - 18 h 30	Restitution orale	Directrice Générale, Experts Externes ANAQ-Sup, Directeur académique, Directeur de la Formation continue, DAE, Directeur des Masters et de l'Innovation, Directeur des

		MBA, DFC, Directeur Campus Indépendance, Responsable de la Communication, Coordonnateur des Programmes
Fin de la visite		

3.2 Appréciation de la visite du site

De manière générale, la visite des locaux de BEM Dakar s'est très bien déroulée. Un dispositif d'accompagnement, coordonné par le Directeur des Masters et de l'Innovation, a permis aux experts de s'enquérir de la disponibilité et de l'état des infrastructures et des équipements.

De plus, cette visite a permis de vérifier que l'établissement d'enseignement supérieur compte plusieurs campus pédagogiques dédiés à diverses formations consacrées à l'Executive Education, au Management, au Droit, aux Technologies et aux Langues, et logés à la cité Sacré Cœur et à la Place de l'Indépendance de Dakar.

Ces bâtiments abritent, en plus des salles de cours et de conférences pour les formations (Licences, Masters, MBA) et des activités académiques et événementielles, les bureaux de l'administration et du personnel administratif, technique et de service (PATS), des aires de détente pour les étudiants et des toilettes sécurisées et bien entretenues.

Ils comprennent également une salle informatique, une bibliothèque physique et numérique, des dispositifs d'hygiène et de sécurité ainsi qu'un centre multimédia pour les formations ouvertes et à distance (FOAD). S'y ajoute que les salles de cours et de conférences sont sonorisées, climatisées et équipées de matériel pédagogique.

Cependant, il n'a pas été noté l'existence :

d'un dispositif pour faciliter la mobilité des personnes souffrant de handicaps ;

de salles de Travaux pratiques pour héberger les activités de productions audiovisuelles et digitales.

4. Appréciation du programme au regard des standards d'assurance 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
Le programme d'Executive Bachelor en Marketing et Communication de BEM Dakar est proposé au public depuis l'année académique 2008-2009. Il a fonctionné sans interruption et a permis la formation d'une quinzaine de promotion. Il dispose d'une maquette pédagogique, d'un cadre de référence organisationnel et pédagogique constamment amélioré, d'un dispositif infrastructurel et matériel et d'un personnel pédagogique qualifié pour son exécution. Les étudiants sont régulièrement évalués, comme l'attestent les procès-verbaux de délibérations, les relevés de notes, les procès-verbaux de soutenance de rapports, les attestations de réussite, etc
Appréciation globale 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.
La vision et les missions de BEM Dakar sont définies dans le Plan stratégique de Développement du Groupe BEM (version 2021). Elles sont pour l'essentiel tournées vers les exigences et les défis inhérents à l'orientation pédagogique et aux choix stratégiques d'une structure d'enseignement supérieur et de recherche (SESR) qui se consacre spécifiquement à la formation de cadres destinés à répondre aux besoins du marché du travail dans les domaines de la Gestion, du Commerce et de la Communication Corporate. Ainsi le projet pédagogique qui sous-tend le programme d'Executive Bachelor en Marketing et Communication est articulé à la vision stratégique de l'école supérieure de commerce qu'est BEM Dakar. De ce fait les métiers du marketing et de la communication inscrits dans la mise en œuvre de cette formation sont calqués sur les objectifs d'adaptabilité et d'opérationnalité pour répondre aux besoins et aux exigences du marché du travail.
Appréciation globale 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.

Les objectifs de formation et d'apprentissage du programme de formation en Marketing et Communication sont établis en concertation avec le monde professionnel et socio-économique au vu des nombreuses conventions signées. En outre, des rencontres annuelles avec les entreprises sont organisées dans les locaux de BEM Dakar afin d'offrir aux étudiants des opportunités de renforcement de leur pratique professionnelle et de leur connaissance du monde de l'emploi.

Par ailleurs, pour préparer ses futurs diplômés à l'insertion dans le marché du travail, l'établissement dispose d'un Conseil d'Orientation Stratégique (COS) dans lequel siègent des représentants d'entreprises, d'un Career center et d'un incubateur.

S'y ajoute que les étudiants sont assujettis, en fin de parcours, à la rédaction d'un rapport de stage, d'activités ou de mission. Enfin, BEM Dakar a créé depuis le 6 janvier 2025 un Comité de Responsabilité sociétale des Entreprises (CRSE) dont les missions consistent essentiellement à appuyer la Direction générale dans la mise en œuvre de la stratégie et des initiatives RSE, la recherche de nouvelles opportunités et la définition des préalables en vue de l'adhésion aux Objectifs du Développement durable (ODD).

Appréciation globale 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.

Au cours de la visite de site, les experts ont pu vérifier que les responsabilités, les compétences et les processus décisionnels sous-tendus par l'organisation interne de BEM Dakar (la Direction Générale, Comité d'orientation stratégique, Comité scientifique et académique, Cellule interne d'Assurance Qualité, Direction de la Formation Continue, Direction des programmes initiaux et de

la relation entreprise, Direction des MBA et des Programmes spécialisés, etc.) sont rigoureusement établis et partagés avec toutes les personnes impliquées dans la gestion du programme de formation. Les résultats de l'exploitation des éléments de preuves fournis par les responsables du programme et de celle des informations recueillies lors des entretiens avec le PER, le PATS et les étudiants donnent un aperçu positif de l'organisation et des stratégies de communication internes au sein de BEM Dakar.

L'implication des différentes catégories du personnel apparaît aussi dans le déroulement des activités de l'établissement :

- conception et animation pédagogiques ;
- gestion administrative, comptable et financière ;
- gestion de la scolarité, de la qualité, des ressources humaines, des relations internationales ;
- communication et relation université-entreprise, etc.

Des décisions de nomination, des procès-verbaux de réunions, des actes de création d'organes de décision et de délibérations, le Règlement intérieur, etc. sont autant d'éléments justificatifs qui rendent compte d'un cadre de concertation et de partage des informations avec les différents collaborateurs, les partenaires et les clients.

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.

L'entretien avec le PER et l'exploitation des procès-verbaux de réunions des différents organes institutionnels de BEM Dakar montrent que les enseignants chercheurs sont recrutés et rémunérés (contrats de prestation de services, tarif horaire forfaitaire, contrats à durée déterminée, contrats à durée indéterminée...) selon des procédures légales et participent aux processus décisionnels qui encadrent la mise en œuvre du programme.

Ainsi, le personnel d'enseignement et de recherche (PER) est impliqué dans les différents processus décisionnels :

- l'élaboration des supports pédagogiques,

- les évaluations pédagogiques,
- l'exploitation et le partage des rapports de synthèse des évaluations des enseignements,
- les délibérations,
- les jurys de recrutement,
- les séances de régulation sociale,
- l'animation scientifique et pédagogique,
- la conception de programmes,
- la gestion administrative, etc.

On note par ailleurs leur implication dans les activités d'encadrement scientifique et professionnel telles que les rapports de stages, d'enquêtes ou de missions, etc. Après acquittement de leurs charges pédagogiques, les enseignants remplissent les cahiers de textes en se connectant sur la plateforme Kairos ; ce qui facilite aussi le pointage du volume horaire effectué. Les enseignements sont régulièrement évalués par les étudiants, qui remplissent en ligne un formulaire numérique.

Toutefois, il n'a pas été possible de vérifier leur participation dans la coordination des équipes pédagogiques.

Par conséquent, les experts invitent BEM Dakar :

- à recruter des enseignants permanents et des techniciens pour l'appui technique à la formation ;
- à assurer un suivi rigoureux des recommandations formulées après l'exploitation des résultats des évaluations des enseignements.

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

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

BEM Dakar s'appuie sur un Système de Management de la Qualité (SMQ) dont les axes fondamentaux sont déclinés dans la Déclaration de Politique Qualité. Sa mise en œuvre est pilotée par la Cellule Interne d'Assurance Qualité (CIAQ), créée le 9 avril 2019, dirigée par le Directeur des Accréditations avec l'appui de représentants du PER, du PATS, des étudiants et du responsable des systèmes d'information. Entre autres missions, la CIAQ propose des

créations et des extensions de filières et procède à l'auto-évaluation de programmes.

Par ailleurs, BEM effectue régulièrement l'auto-évaluation de programmes ainsi que l'évaluation des enseignements via Google forms. En outre, il organise régulièrement des rencontres de régulation avec le personnel d'enseignement et de recherche, le personnel administratif, technique et de service et les étudiants afin de trouver des solutions aux difficultés notées dans la mise en œuvre du programme d'Executive Bachelor en Marketing et Communication.

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

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

Créé en 2008-2009, l'Executive Bachelor en Marketing et Communication de BEM Dakar fait partie des diplômes de l'école supérieure de gestion habilités par le Ministère de l'Enseignement Supérieur de la Recherche de l'Innovation (MESRI) du Sénégal (n°019534 du 31 mai 2023). Le programme est accrédité par le CAMES lors du 29^{ème} Colloque sur la Reconnaissance et l'Équivalence des diplômes, tenu à Libreville (Gabon) du 27 au 29 novembre 2014.

BEM Dakar dispose d'un cadre règlementaire (COS, CIAQ) et de mécanismes (évaluation des enseignements, exploitation de données d'enquêtes qualitatives ou quantitatives) pour la révision des programmes.

Intégré dans la formation continue, le programme reçoit en majorité des professionnels (PER et étudiants) dont le regard critique contribue à l'amélioration du contenu pédagogique par des mesures d'adaptation périodiques.

Appréciation globale 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.

Le programme d'Executive Bachelor en Marketing et Communication dispose d'une maquette structurée selon les normes LMD. Il se déroule en trois ans de formation, divisés chacun en deux semestres que l'apprenant doit valider en

obtenant les 60 crédits requis par an ; soit un total de 180 crédits et 3 600 heures.

Le Semestre 1 comprend quatre Unités d'Enseignement (« Environnement de l'entreprise », « Techniques Quantitatives de Gestion & Informatique », « Marketing et communication », « Travaux et expériences ») et douze Éléments Constitutifs (Théories et Organisation des Entreprises, Introduction au Droit, Économie Générale ; Comptabilité générale, Mathématiques générales, Bureautique (Word) ; Techniques d'expression écrite, Business English, Marketing fondamental ; Développement personnel, Professional sharing, Missions terrain). Les enseignements de cette première phase du programme intègrent l'essentiel des fondamentaux du Marketing.

Dans le deuxième semestre du programme, les enseignements portent sur l'«Environnement de l'entreprise » (organisation, économie, droit), les « Techniques Quantitatives de Gestion & Informatique » (comptabilité, statistiques, bureautique – Power point), le « Marketing Communication » (« Techniques d'expression orale », « Business English », « Marketing fondamental ») et les « Travaux et Expériences », UE consacrée à la communication interne, à la gestion de l'image personnelle et de l'e-reputation et aux activités professionnelles de terrain (« Personal branding & e-réputation », « Professional sharing », « Missions de terrain »).

Dans le semestre 3, les UEs sont déclinées en éléments constitutifs qui abordent des aspects de la Gestion des ressources humaines (GRH), du Droit commercial, de la Fiscalité directe, de la Comptabilité de gestion, des Mathématiques financières appliquées à Excel, de la gestion des stocks, à la communication d'entreprise, au marketing opérationnel, à l'anglais commercial, aux activités de terrain...

Le semestre 4 intègre des modules tels que la « Fiscalité indirecte », le « Recrutement et l'intégration », le « Droit des obligations », l'«Analyse financière », la probabilité, la « bureautique » (Excel), les « Techniques de négociation et de vente », le « Business English », les « Études de marché », les « Techniques de recherche d'emploi », le « Professional sharing » et les « Missions de terrain ».

Le semestre 5 met l'accent sur des contenus pédagogiques en rapport avec l'environnement de l'entreprise (Environnement numérique et économique, Droit de la consommation et de la distribution, introduction à la gestion de projets), les techniques quantitatives de gestion, le marketing mix, l'e-commerce, la conception et la création de supports de communication, la conception et la création de sites web, le développement personnel, le Business plan et la création d'entreprise, les missions de terrain.

Enfin, au semestre 6, les enseignements portent sur les éléments constitutifs suivants :

- Eléments de stratégie,
- Droit des sociétés,
- Supply Chain Management,
- Business English,
- Pilotage et gestion des coûts,
- Études de marché et traitement de données,
- Management commercial,
- Distribution et e-merchandising,
- Communication digitale,
- Management de projets digitaux,
- Méthodologie de rédaction de rapport,
- Rapports d'activités, de stage ou d'enquête-métier,
- Missions terrain.

Par ailleurs, le programme dispose de plans de cours normalisés en rapport avec le contenu de la maquette et qui sont déclinés en objectifs généraux, objectifs spécifiques, capacités et compétences visées, séquences pédagogiques, méthodes pédagogiques, modalités de validation et de contrôle des connaissances et bibliographie sélective.

Nonobstant le caractère redondant des titres de certains modules, le contenu des syllabi dénotent une progression articulée dans l'acquisition des connaissances en :

- marketing,
- comptabilité,

- statistiques,
- économie,
- éléments fondamentaux de la communication commerciale,
- communication d'entreprise,
- communication digitale,
- gestion de l'image de marque personnelle et institutionnelle, etc.

Il n'en demeure pas moins que certains aspects théoriques de la communication (communication des organisations, communication interpersonnelle) et de la publicité (création et production publicitaires) sont absents des contenus pédagogiques du programme.

Ainsi les experts invitent les responsables à intégrer, de manière impérative, ces aspects disciplinaires fondamentaux lors de la prochaine révision du programme.

Appréciation globale 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.

Le programme d'Executive Bachelor en Marketing et Communication couvre les aspects fondamentaux du marketing (théories des organisations, droit et anglais des affaires, marketing stratégique, marketing opérationnel, marketing mix...), de la communication interpersonnelle, corporate et digitale (techniques d'expression orale et écrite, gestion d'image et de marque, communication d'entreprise, techniques de négociation commerciale, création de supports de communication, communication digitale, communication stratégique, création et animation de sites Web, management de projets digitaux), en rapport avec les sciences et techniques de gestion et le droit des affaires (informatique de gestion, comptabilité, droit de l'entreprise, économie, analyse quantitative, analyse financière, supply chain management, distribution et vente, etc.).

Par ailleurs, le programme se soucie de l'insertion professionnelle des diplômés. Les responsables du programme organisent régulièrement des rencontres entre l'établissement et les entreprises ainsi que des masterclasses. Des cadres d'entreprise sont impliqués dans la définition de l'orientation stratégique de l'établissement d'enseignement supérieur ainsi que dans ses activités scientifiques et pédagogiques. Les apprenants sont soumis à l'obligation de soumettre en fin de cycle de formation des rapports d'activités, de stage ou d'enquête-métier.

En outre, la maquette intègre, dans sa mise en œuvre, les profils de sortie déclinés en débouchés et visés par les objectifs du programme. S'y ajoute que les méthodes, les modalités et les contenus pédagogiques répondent, pour l'essentiel, aux objectifs de formation.

Cependant, les responsables du programme sont invités à intégrer impérativement, lors de la prochaine révision du programme, les recommandations suivantes :

- faire correspondre les titres des éléments constitutifs aux contenus des syllabi, qui donnent une vision plus précise, plus exhaustive et plus adéquate des objectifs de formation ; cela permettra d'éviter la redondance et le caractère modulaire des intitulés de ces éléments constitutifs et de rendre compte de la progression logique et échelonnée des contenus pédagogiques ;
- renforcer les modules en communication :
 - ❖ théories classiques et modernes de la communication, communication des organisations (Licence 1), dans une unité d'enseignement (UE) appelée « Fondamentaux de la communication » ;
 - ❖ un élément constitutif en communication interpersonnelle (Licence 2), intégré dans l'UE « Marketing et Communication » ;
 - ❖ une UE en « Création digitale et montage audiovisuel » (Licence 2) ;
 - ❖ deux UEs en « Stratégies et Création publicitaires 1 et 2 » (Licences 2 et 3, de façon progressive) ;

- changer les titres de certaines UEs pour les adapter aux contenus des éléments constitutifs (par exemple, « Marketing et Communication » du semestre 1 en « Langues et Communication » ; ce qui implique la création d'une UE « fondamentaux du marketing » en Licence 1 ;
- rendre visible les éléments constitutifs liés à la communication commerciale en les regroupant en UEs ;
- réajuster les volumes horaires, dans les modules pratiques, en renforçant ceux attribués aux Travaux pratiques au détriment de ceux consacrés au Cours magistraux.

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

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

Les conditions d'obtention des relevés de notes, des attestations et des diplômes sont clairement définies et répondent aux normes réglementaires et procédurales qui régissent les programmes de formation LMD au Sénégal et dans l'espace CAMES. En outre, elles tiennent compte des recommandations du Réseau pour l'Excellence l'Enseignement Supérieur en Afrique de l'Ouest (REESAO). Ces conditions sont énoncées clairement dans le Règlement des Examens de BEM Dakar, qui traite

- du calendrier académique,
- de la convocation des examens,
- des sujets d'examen,
- de la surveillance des examens,
- de l'organisation de la surveillance,
- de la gestion des candidats,
- des cas de fraude,
- de l'anonymat des copies,
- de la nomination des membres des jurys d'examen,
- de la gestion des réclamations,
- de la délivrance des relevés de notes, des attestations provisoires et des diplômes.

En outre, la réglementation en la matière est complétée par les dispositions contenues dans le Règlement pédagogique de BEM Dakar, notamment en ce qui concerne

- les modalités de contrôle des connaissances,
- les conditions de validation des enseignements, des rattrapages et des passages en Licences 2 et 3,
- les obligations d'assiduité et de ponctualité,
- les jurys d'examen et les conseils de classe,
- les conditions de délivrance du diplôme.

Leur application, supervisée par le Conseil d'orientation stratégique de BEM Dakar, le Conseil scientifique et académique, la Cellule Interne d'Assurance Qualité, est coordonnée, au niveau opérationnel, par le Responsable du programme.

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.

Une analyse du taux de réussite de ces trois dernières années du déroulement du programme d'Executive Bachelor en Marketing et Communication montre qu'il est très satisfaisant. En outre, il a connu une progression notable de 87 à 93 % :

Année académique	2020-2021	2021-2022	2022-2023
Taux de réussite	87%	91%	93%

Ces résultats sont sans doute liés à l'existence d'un environnement institutionnel et professionnel favorable, au dévouement du corps professoral et du personnel administratif, technique et de service, ainsi qu'au bon positionnement stratégique de BEM Dakar (coopération nationale et internationale, offres de formation adaptées aux besoins du marché, bonne politique qualité, etc.).

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

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

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

Le corps enseignant du programme comprend au total 47 intervenants (21 docteurs et Ph.D, 18 titulaires de master, 6 titulaires de DEA/MBA, 2 agrégés), dont 15 universitaires et 32 professionnels, 7 permanents et 40 vacataires, avec une moyenne d'expérience professionnelle de 22 ans. Les résultats de l'exploitation des *curricula vitæ*, des évaluations des enseignements et des procédures de recrutement rendent compte de ses compétences didactiques et scientifiques, reconnues par les étudiants et l'administration de BEM Dakar et qui couvrent toutes les disciplines enseignées dans le programme.

En outre, l'examen des syllabi de cours et l'exploitation des entretiens viennent confirmer la qualité, la disponibilité et l'engagement des enseignants du programme.

L'entretien avec le PER a permis de confirmer la mise en place d'une politique de fidélisation du corps enseignant à travers des contrats de travail/prestation adaptés aux différentes catégories (permanents, associés, vacataires), l'implication des enseignants dans les processus décisionnels, scientifiques et pédagogiques. La gestion du personnel est facilitée par la disponibilité d'un système d'information et de gestion intégrée (Kairos).

Toutefois l'effectif du PER permanent est très faible.

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.

La répartition du volume horaire consacré aux activités d'enseignement est définie dans la maquette pédagogique, soit 3 600 heures distribuées entre les CM, les TD, TP et les TPE. Toutefois, les activités de recherche et de participation aux tâches administratives ne sont pas clairement définies. S'il ne fait pas de doute que les enseignants du programme, comme le montrent les procès-verbaux de réunions, sont associés aux activités administratives

touchant au déroulement du programme, il n'en demeure pas moins que la valorisation de la recherche scientifique est malheureusement négligée.

Par conséquent, les experts invitent les responsables du programme d'Executive Bachelor en Marketing et Communication à promouvoir :

- la pédagogie universitaire,
- l'expérimentation et l'innovation pédagogiques,
- la recherche scientifique,
- des activités régulières d'animation scientifique et de partage des résultats de la recherche, etc.

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

Standard 4.03 : La mobilité du PER est effective.

Nonobstant les nombreuses conventions signées avec des institutions d'enseignement supérieur étrangères (KEDGE, HEC Montréal, Paris Dauphine, Agence Universitaire de la Francophonie, African Association of Business School, etc.), la mobilité du PER de BEM Dakar est faible, voire inexistante. La lettre d'invitation de BEM Abidjan fournie comme élément de preuve est jugée insuffisante par les experts. Par ailleurs, l'enseignant ayant bénéficié de la mobilité est un docteur en économie, et non en sciences de gestion.

Appréciation globale sur le standard : NON ATTEINT

Champ d'évaluation 5 : Étudiant(e)s

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

Les critères d'admission dans le programme sont définis dans le Règlement pédagogique et le Règlement intérieur de BEM Dakar. Ils sont publiés sur la Plaquette du programme et le Site web de l'établissement d'enseignement supérieur.

Le dossier de candidature s'appuie sur les éléments suivants :

- être titulaire du Bac pour l'admission en première année ;
- avoir validé les 60 crédits de la Licence 1, pour l'admission en deuxième année ;

- avoir validé les 120 crédits des Licences 1 et 2, pour l'admission en troisième année.

Le service Accueil & Orientation s'occupe de la diffusion des informations à travers les plaquettes de programmes et de la réception des dossiers de candidature. L'admission définitive se fait après étude du dossier de candidature, suivie d'un entretien avec le jury de recrutement.

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

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

Le programme d'Executive Bachelor en Marketing et Communication garantit l'égalité des chances pour tous les étudiants du programme. Il n'a pas été noté de discrimination fondée sur le genre ou quelque handicap que ce soit.

Année académique	2020-2021	2021-2022	2022-2023	2023-2024
Effectif total	09	10	12	19
Effectif femme	06	07	10	13
Effectif hommes	03	03	02	06
Ratio Femme/Homme par année académique	02	2,33	5	2,16

L'égalité des chances est respectée dans l'accès aussi bien aux infrastructures et aires de détente, aux supports de cours qu'aux divers services liés à la mise en œuvre du programme.

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

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

L'exploitation des éléments de preuves et des informations recueillies lors des entretiens avec le PER et les étudiants dans le cadre de la mise en œuvre du programme d'Executive Bachelor en Marketing et Communication montre qu'il est pourvu à un encadrement adéquat des étudiants du programme. Cet accompagnement est à la fois pédagogique (supports de cours, Travaux Dirigés et Travaux Pratiques), scientifique (méthodologie de collecte et d'analyse, encadrement de rapports, recherche documentaire dans les bibliothèques physique et numérique...) et professionnel (partage d'expertise et d'expérience professionnelle, développement personnel ; encadrement de projets professionnels...).

Année de référence : 2022-2023			
Niveau	L1	L2	L3
Effectif étudiants	42	45	14
Nombre d'intervenants	15	15	14
Nombre d'universitaires	8	9	05
Nombre d'intervenants professionnels	12	12	09
Ratio professionnels / universitaires	1,5	1,3	09
Taux d'encadrement	47%	51%	100%

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT			
Standard 5.04 : La mobilité des étudiant(e)s est possible et encouragée par la reconnaissance mutuelle inter établissements et celles de l'interdisciplinaire des acquis.			
Les différentes conventions de partenariat signées par BEM Dakar permettent de confirmer une mobilité internationale des étudiants du programme. Ainsi, les diplômes obtenus dans le cadre de ce programme ont permis aux récipiendaires d'obtenir des inscriptions dans des structures d'enseignement supérieur à l'étranger (KEDGE, EM Normandie, KEDGE Paris, KEDGE Bordeaux, Paris School of Sports, Marseille School of Sports, European Communication School, ESTP/Cachan, JUNIAN, HEC Liège).			
Appréciation globale sur le standard : ATTEINT			
Standard 5.05 : Le programme se préoccupe de l'insertion socioprofessionnelle des étudiant(e)s.			
L'insertion des diplômés, portée par une organisation interne et un personnel dynamique fait partie intégrante du plan stratégique de BEM Dakar. Pour renforcer cette dynamique, l'établissement a créé une Direction de la Relation Entreprise et un Career Center. En outre, il organise régulièrement des séances de rédaction de CV, de simulation d'entretien d'embauche et de développement personnel. Par ailleurs, les résultats tirés de la consultation des conventions de partenariat avec les entreprises, de la liste des diplômés, des activités de l'incubateur et des alumni, des lettres de recommandation et de facilitation			

ainsi que des entretiens avec les étudiants du programme ont permis aux experts de se faire une idée favorable sur cette question.

Appréciation globale 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.

Le programme de formation dispose d'infrastructures (Bâtiments, salles de cours, salles de conférences, bureaux, salles des professeurs, cabinets médicaux, centre multimédia, bibliothèque, etc.) et d'équipements (dispositifs sécuritaires, toilettes fonctionnelles et différenciées, groupes électrogènes, fontaines, imprimantes, connexion wifi, appareils numériques, ordinateurs, serveurs informatiques, accès à des bibliothèques et à des revues numériques, logiciels de traitement de données, etc.) en nombre suffisant permettant de prendre en charge le fonctionnement à long terme des activités pédagogiques.

Les responsables du programme ont fourni une liste des locaux et des équipements disponibles utilisés dans le déroulement du programme d'Executive Bachelor en Marketing et Communication (Voir tableau ci-après).

Désignation	Sites				Total
Bâtiments	BEM 1	BEM 2	BEM 3	BEM Tech	04
Bureaux	9	13	11	10	43
Salle cours climatisées et équipées d'un dispositif de projection	2	13	7	9	31
Centre de documentation	1				1
Salle de réunion	1		1	1	3
Salle de conférence	1			1	2
Salle des profs			1	1	2
Toilettes séparées (H/F)	4	5	8	6	23
Service médical		1		1	2
Fontaine	2	1	1		4
Restaurant		1		1	2
Groupe électrogène	1	1	1	1	4
Imprimante réseau	1	1	1	1	4
Studio d'enregistrement équipé pour la FOAD				1	1

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

5. Points forts du programme

À l'issue de la visite de site et de l'exploitation des résultats des entretiens et des éléments de preuves fournis, les points positifs suivants ont été notés dans le déroulement du programme d'Executive Bachelor en Marketing et Communication de BEM Dakar :

- une bonne maîtrise des procédures académiques, administratives et pédagogiques ;
- un bon système de management de la qualité ;
- l'existence de locaux fonctionnels, climatisés et en nombre suffisant ;
- un personnel administratif en nombre suffisant, motivé et fidélisé à l'aide de contrats de travail ;
- un corps enseignant, globalement engagé, qualifié scientifiquement et pédagogiquement et fidélisé grâce à un environnement professionnel attractif, avec un fort sentiment d'appartenance ;
- un niveau d'exigence professionnelle élevé ;
- l'accessibilité des sites de formation ;
- la valorisation de la formation continue ;
- la prise en compte du niveau des étudiants dans la formation (mise à niveau, si nécessaire) ;
- une très bonne notoriété nationale et sous régionale ;
- un programme de formation régulièrement dispensé avec la sortie de 15 promotions depuis son lancement ;
- l'évaluation des enseignements ;
- une implication du monde professionnel dans les organes de décision et le déroulement du programme ;
- un partenariat stratégique diversifié, ouvert et soutenu ;
- une bonne politique d'extension nationale et internationale pour répondre à la demande du marché en proposant aux clients des offres de formation adaptées ;
- un engagement soutenu pour la qualité et l'excellence en Afrique et dans le monde ;

- une offre de formation qui couvre tous les champs des sciences de gestion, des techniques commerciales et de la communication corporate (comptabilité, marketing, statistiques, économie, management, négociation commerciale, communication d'entreprise, communication digitale, e-réputation, etc.) ;
- l'appui à l'insertion professionnelle et le suivi des diplômés du programme ;
- l'efficacité du système de gestion intégrée des procédures et des activités administratives, pédagogiques et comptables ;
- une digitalisation des programmes (en phase pilote en formation initiale) ;
- des infrastructures et des équipements adaptés et en nombre suffisant.

6. Points faibles du programme

Par contre, il existe des insuffisances dans le management pédagogique, technique et scientifique du programme d'Executive Bachelor en Marketing et Communication de Bordeaux Management School (BEM Dakar), qui tournent autour des points suivants :

- l'insuffisance de modules théoriques en Communication ;
- la formulation générale et redondante de certains intitulés d'UEs ;
- une faiblesse des effectifs du programme (hors effectifs du tronc commun) ;
- des déséquilibres notés, par endroits, dans la distribution du volume horaire entre certains Cours Magistraux et certains Travaux Pratiques ;
- l'absence d'une politique et d'un cadre dédiés à la recherche scientifique et à la valorisation des résultats de la recherche ;
- le nombre insuffisant d'enseignants permanents, particulièrement dans les sciences de gestion.

7. Appréciations générales du programme

Le programme d'Executive Bachelor en Marketing et Communication de Bordeaux Management School (BEM Dakar) est le fruit d'un engagement soutenu en faveur de l'assurance qualité au sein d'un établissement privé d'enseignement supérieur et de recherche spécialisé dans les formations en

sciences et techniques de gestion et de commerce au bénéfice d'étudiants issus du Sénégal et des autres pays africains. Ce parti pris pour l'excellence relève aussi d'un projet de modernisation et d'adaptation à la digitalisation toujours plus avancée des activités des entreprises, à la techno-pédagogie et aux exigences de la formation professionnelle pour répondre efficacement à la demande du marché de l'emploi.

De plus, le programme bénéficie, par l'accessibilité des locaux de BEM Dakar et l'importance de l'investissement financier et humain, d'un environnement géographique, professionnel et académique favorable. Ainsi, dans sa mise en œuvre, il est soutenu par un personnel administratif, enseignant et technique compétent et motivé, engagé, de façon collaborative et dynamique, dans l'amélioration constante de l'offre de formation.

Toutefois, nonobstant ces efforts de haute portée, il reste des points à améliorer dans la mise en œuvre du programme, notamment ceux en rapport avec

- la précision des intitulés des UEs de la maquette de formation,
- la mobilité du PER,
- le renforcement et la fidélisation poussée du personnel d'enseignement et d'accompagnement technique,
- un ancrage plus soutenu et plus diversifié des contenus pédagogiques dans les paradigmes de la communication, la promotion de la recherche scientifique et de l'innovation pédagogique, etc.

8. Recommandations à Bordeaux Management School (BEM Dakar)

Au vu des résultats de la mission d'évaluation du Bachelor en Marketing et Communication de BEM Dakar, les recommandations suivantes sont formulées à l'effet d'améliorer ce programme :

- renforcer les modules en communication ;
- augmenter le volume horaire attribué aux travaux pratiques ;
- actualiser et diversifier le fond documentaire ;
- renforcer les équipements de la bibliothèque ;

- doter BEM Dakar de 2 à 3 salles de production de projets digitaux, publicitaires et audiovisuels ;
- faire soutenir, en fin de cycle de formation, les rapports d'activités, de stages ou d'enquêtes-métiers ;
- recruter un personnel technique pour l'accompagnement professionnel des apprenants ;
- utiliser des logiciels professionnels sous licence d'exploitation ;
- rendre effective la mobilité académique en offrant au PER des possibilités d'échanges d'expériences pédagogiques et scientifiques ;
- promouvoir la recherche et l'animation scientifiques ;
- renforcer la pratique professionnelle ;
- assurer le suivi-évaluation des accords de partenariats académiques et professionnels ;
- recruter des enseignants chercheurs permanents en sciences de gestion.

9. Recommandations à l'ANAQ-Sup

L'équipe des évaluateurs externes, en tenant compte des faits observés sur le terrain et des documents exploités, recommande à l'ANAQ-Sup de soutenir, en collaboration avec le MESRI, la mobilité nationale, voire internationale des étudiants diplômés de formations reconnues par elle et/ou le CAMES.

En outre, elle pourrait définir un standard relatif à un nombre de PER permanent que les établissements privés d'enseignement supérieur devraient avoir à leur disposition. Ce nombre serait indexé à leur effectif global d'étudiants, permettant ainsi de respecter les normes liées au ratio PER/étudiants ou taux d'encadrement.

10. Proposition de décision

L'équipe d'experts externes,

Désignée par l'ANAQ-Sup pour l'évaluation du programme d'Executive Bachelor en Marketing et Communication de Bordeaux Management School (BEM Dakar) ;

Composée de

Alioune DIENG, Professeur titulaire, UCAD,
Maguette Teuw DIAO, Professeur assimilé, UCAD,
Mamadou Diouma Diallo, Maître de conférences titulaire, UGB ;

Au vu du rapport d'auto-évaluation du programme fourni par BEM Dakar ;

En tenant compte de la visite des locaux et des équipements dédiés, effectuée le 8 mai 2025 ;

Eu égard aux résultats de l'exploitation des éléments de preuves et des entretiens avec la direction de BEM Dakar et des représentants du PER, du PATS et des étudiants ;

Après analyse de la Réponse fournie par la Direction de BEM Dakar au pré-rapport d'évaluation externe le 26 juin 2025 ;

Considérant que la Réponse apportée par les responsables du programme d'Executive Bachelor en Marketing et Communication au pré-rapport d'évaluation externe fournit, globalement, les arguments et les preuves attendus ;

Invite les autorités de BEM Dakar à prendre en considération les recommandations formulées dans ce présent rapport ;

Propose à l'unanimité la décision suivante :

ACCRÉDITATION.