



HAUTE ECOLE LUCIA DE BROUCKERE



INSTITUT SUPERIEUR ECONOMIQUE

**Plan de suivi lié au plan d'actions
suite aux évaluations interne et externe
Haute École Lucia de Brouckère**

SECTION:

BACHELIER EN MARKETING

**AVENUE ÉMILE GRYZON, 1
B-1070 BRUXELLES**

tel ☎ 02 / 526 73 23

fax ☎ 02 / 526 73 22

Introduction.

Le fait d'avoir dû formaliser la démarche qualité au sein de la section Marketing de la Haute École Lucia de Brouckère a dans un premier temps permis de mettre en évidence le nombre important de bonnes pratiques rencontrées et diverses améliorations à apporter à certains projets ou actions.

Le principal intérêt trouvé dans le rapport du comité des experts est sa description de notre institution avec une vision externe tout en recherchant à mettre en place une certaine uniformité des enseignements dispensés dans les différentes sections de Bachelier en Marketing.

Étant donné que l'Agence pour la Qualité ne nous impose aucune manière de faire au niveau du plan de suivi, nous aurions pu le mettre en place en reprenant les uns après les autres les principaux points d'amélioration conseillés par le groupe d'experts. Il nous est apparu que cette façon de faire avait peu de sens car elle ne tient pas compte des facteurs extérieurs à la section, de son environnement socio-économique, des contraintes diverses liées à l'appartenance à une structure complexe, à l'historique propre de la section et aux moyens humains, financiers et matériels disponibles.

De plus, ayant rejoint un nouveau Campus, la section Marketing bénéficie d'une structure d'encadrement valorisée et intégrée avec toutes les améliorations de vie qui en découlent pour les étudiants, les professeurs et le personnel administratif.

Nous tenons à mentionner que le déménagement de la section Marketing de la Haute École Lucia de Brouckère de son ancien bâtiment d'Ixelles vers le Campus du CERIA a exigé une forte dépense d'énergie de la part de tout le personnel. Outre tous les aspects logistiques de préparation du déménagement et ceux de la remise en place, l'aménagement et l'appropriation des lieux ont monopolisé une partie importante des ressources et du temps de travail du personnel. Il en ressort que ce plan de suivi propose des actions pouvant être mises en place avec les moyens matériels et humains actuels et qu'il s'attache à répondre à trois recommandations mentionnées par le comité des experts.

Analyse du rapport externe en regard de la nouvelle implantation.

La première étape en vue de l'élaboration de notre plan de suivi fut donc de regarder quels points mentionnés par le comité des experts n'étaient plus d'actualité suite au déménagement.

La deuxième étape fut de nous interroger sur ce qui serait possible de mettre en place en tenant compte des diverses contraintes.

La troisième étape a permis d'établir les degrés de priorité au regard des objectifs et des spécificités recherchés.

Ce plan de suivi est le résultat d'une concertation approfondie au sein de toute l'équipe de la section marketing. Il résulte du souci de la faisabilité des actions et de leur pertinence

dans l'amélioration des enseignements en Marketing, en tenant compte de la sensibilité globale du personnel enseignant, technique et administratif.

Première étape : changements liés au déménagement :

Comme mentionné dans tous les rapports, la section marketing de la Haute École Lucia de Brouckère a eu la chance de déménager durant la période des vacances d'été de la rue du Président à Ixelles vers le Campus du CERIA à Anderlecht.

Quelques notables améliorations ont été induites par ce déménagement :

- rapprochement avec la cellule des relations internationales de l'HELdB, qui se trouve sur le Campus. Les étudiants connaissaient son existence mais la distance rendait les contacts plus difficiles. Les contacts entre cette cellule et les étudiants en sortent renforcés et leurs fréquences augmentées. L'ouverture internationale en sort renforcée ;
- tous les services administratifs sont regroupés sur le Campus du CERIA, améliorant naturellement les communications entre ceux-ci et les étudiants ou les professeurs ;
- une vie estudiantine, principalement folklorique existe dans deux sections de la Haute École situées sur le Campus du CERIA. Les contacts entre les étudiants sont facilités du fait de la proximité actuelle ;
- le souci de l'avenir de la localisation de la section est effacé ;
- la bibliothèque centrale francophone du CERIA située sur le campus contient plus de 80.000 ouvrages en libre accès avec plus de 2.000 nouveautés par an, un millier de CD, une centaines de périodiques et plus de 10.000 travaux de fin d'études d'années antérieures. Elle met également à disposition des étudiants plusieurs salles de lecture accessibles tous les jours et des postes informatiques avec accès à Internet, un catalogue en ligne. Les nouveautés proviennent pour la grande majorité de demandes spécifiques des professeurs ou des étudiants.
- l'équipement par du matériel neuf des salles de cours de la section est complet : matériel multimédia, tableau interactif dans certains cas, laboratoire de langues

Plan d'actions stratégiques.

La deuxième étape fut des réunions afin de déterminer la faisabilité de la mise en place d'actions.

AXE 1 : Visibilité de la section

Nous pensons qu'un moyen pour augmenter notoriété et visibilité de la section passe par la création d'un réseau d'anciens étudiants, source de contacts tant pour des conférences ou des stages que pour des études de marché ou le recrutement de jeunes diplômés.

Le défi à relever est de parvenir à garder le contact avec les étudiants diplômés. Une fois sortis des études, il est fréquent qu'ils déménagent sans signaler leur changement d'adresse, modifient leurs adresses électroniques. Il sera créé une association virtuelle sur LinkedIn. Les premières années, ce sont les étudiants qui seront repris sur cette plate-forme, avec l'idée qu'ils restent liés à celle-ci une fois qu'ils auront terminé leur cursus. Cette association virtuelle permettra des échanges d'informations sur la carrière, la profession et proposera divers services tels offres d'emploi, invitations à des séminaires ou conférences, évolutions de la profession, ... Les premières années, la plate-forme sera administrée et modérée par la Haute École Lucia de Brouckère pour peu à peu passer la main aux anciens étudiants.

L'objectif est qu'à terme, cette association virtuelle soit utilisée par tous les étudiants de la Haute École Lucia de Brouckère, lui donnant une plus grande assise et notoriété, permettant un échange d'informations transversal.

Une démarche de fidélisation des diplômés à leur Haute Ecole pourra aussi être réalisée via un onglet spécifique sur le site du Campus numérique de la Haute Ecole.

Une autre action dans cet axe sera d'élargir progressivement les jurys d'examens et de les ouvrir au monde professionnel. Cette visibilité pour les travaux de nos étudiants est déjà commencée dans le cadre du séminaire de création d'entreprise et sera peu à peu étendue à d'autres cours.

AXE 2 : Approche des enseignements plus axée sur l'acquisition de compétences.

Soucieux de se conformer aux décrets et aux directives européennes fixant les objectifs des enseignements dans l'enseignement supérieur sur l'acquisition des compétences, une approche systématique sera mise en place. Elle a pour but de s'assurer que toutes les compétences liées au cursus sont abordées d'une ou l'autre manière au long de la formation. Un tableau reprenant les différentes compétences à acquérir sera complété par les professeurs qui y mentionneront les compétences abordées à travers leurs cours. Les informations récoltées seront analysées, discutées et mises en perspective par l'ensemble des enseignants de la section. Les compétences non rencontrées feront l'objet d'une analyse plus minutieuse afin de mesurer l'intérêt d'incorporer les compétences non abordées dans le cursus, et le cas échéant de les incorporer.

Des anciens et des professionnels seront associés à ce processus.

A terme, toutes les compétences recherchées par la section Marketing seront abordées et la transversalité sera accrue.

Afin de rendre le travail constructif et utile, différents séminaires sur les compétences dans l'enseignement supérieur seront organisés pour permettre aux professeurs de se familiariser à cette nouvelle approche.

Au vu de la quantité de cours et de professeurs qui devront interagir, il semble sensé de pouvoir attendre des résultats positifs à cette démarche pour l'année 2014.

AXE 3 : Amélioration du niveau linguistique des étudiants.

Cet axe sera abordé par quatre voies parallèles.

1°) nouvelle stratégie pour les études de marché réalisées par les étudiants :

une fois les questionnaires destinés à être mis en ligne réalisés, ils seront traduits en néerlandais et en anglais avec la participation des professeurs de langue ;

après l'enquête, les réponses seront triées et analysées avec la participation des professeurs de statistique ;

les rapports finaux seront rédigés et travaillés avec la participation des professeurs de français.

Cette manière de procéder augmentera de façon significative l'approche transversale des cours. Elle permettra également d'accoutumer les étudiants à utiliser des termes corrects et précis dans les trois langues usuelles.

2°) les cours de langue (allemand, anglais et néerlandais) seront rendus obligatoires à partir de la deuxième année du bachelier. Les examens d'anglais et de néerlandais seront oraux.

L'objectif recherché est de permettre à l'étudiant d'acquérir des réflexes idiomatiques et de s'émanciper dans l'expression orale. Étant donné qu'une grande majorité des étudiants n'ont commencé l'étude de l'allemand qu'à compter de leur première année de bachelier, l'examen d'allemand est maintenu écrit, ceci afin de ne pas trop complexifier.

3°) afin de permettre l'acquisition d'expressions et de vocabulaires spécifiques, des documentaires en économie générale seront programmés dans d'autres langues que le français. A nouveau ce sont les compétences linguistiques spécifiques à l'économie qui sont visées. La participation à ces conférences permettra aux étudiants de se familiariser avec des termes et des expressions caractéristiques à la profession, en anglais, allemand et néerlandais.

4°) plusieurs rappels et rencontres seront programmés avec la cellule internationale afin d'inciter les étudiants à participer au réseau d'échanges Erasmus. L'objectif est de plonger ces étudiants dans une culture, une langue et une approche différentes de leur vécu traditionnel.

Conclusion et conditions de réalisation.

En ce début d'année académique, la Haute École Lucia de Brouckère est devenue membre de l'association CampusNumérique.be, ce qui permet aux différentes parties prenantes de la Haute École de dialoguer sur une seule et unique plate-forme sécurisée. Les supports de cours sont en ligne ainsi que diverses informations administratives, rencontrant dès lors une recommandation des chapitres 3 et 4 du rapport des experts.

Il faut aussi souligner que de nouvelles contraintes informatiques sont survenues avec l'arrivée sur le campus, le réseau sécurisé ne permettant pas actuellement l'accès à certains sites nécessaires pour la section. Des évolutions technologiques sont à l'étude à la cellule informatique du campus mais prendront un peu de temps pour être implantées. Il en est de

même pour le Wi-Fi qui ne sera pas disponible dans l'immédiat mais fait également partie des investissements programmés au campus.

Les actions envisagées semblent pouvoir être mises en œuvre à ressources constantes.

Parmi les sept points d'actions, quatre sont prioritaires et seront abordés sans tarder et les premiers résultats seront analysés endéans les deux ans. Les autres, moins primordiaux seront également mis en chantier sans tarder, cependant leurs effets ne pourront être correctement évalués que dans cinq ans.

Tableau de synthèse

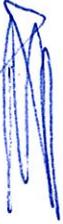
Axe 1						
Recommandations / Forces	Description des actions	Degré de priorité	Responsable(s)	Degré de réalisation /	Résultats attendus	Conditions de réalisation
Visibilité via la création d'un réseau d'anciens étudiants. Ce réseau devra être ouvert aux autres sections de la Haute École afin d'augmenter la valeur ajoutée de cette communauté	Mettre en place une plate-forme virtuelle commune. Soit en la créant sur un réseau du type LinkedIn, soit en profitant du Campus Numérique. Organiser des rencontres (jobs days, conférences, cocktails, ...)	*	Tous les enseignants ainsi que le personnel administratif	2011 - 2017	Mettre en place une structure d'anciens étudiants comptant plus de deux cents membres (200) Disposer de contacts professionnels, favoriser des partages d'expériences.	Animateur de la plate-forme
Visibilité via des jurys d'examens associant le monde professionnel	Utiliser les contacts dans le cadre des stages ou lors de la participation à des manifestations, salons, conférences ; exploiter le réseau des anciens	**	Tous les enseignants	2011 - 2017	Renforcer le côté professionnalisant de la formation, offrir une vitrine aux futurs diplômés	Disponibilités des professionnels

Axe 2						
Recommandations / Forces	Description des actions	Degré de priorité	Reponsable(s)	Degré de réalisation /	Résultats attendus	Conditions de réalisation
Approche des enseignements plus axée sur l'acquisition de compétences	En partant du référentiel de compétence, vérifier si celles-ci sont toutes acquises au terme du cursus. Si certaines manquent, s'interroger sur leur pertinence et placer des actions correctives. Formation continuée des enseignants sur les compétences	***	Tous les enseignants	2011 - 2014	Au moins toutes les compétences définies par le CGHE doivent être atteintes à la fin du cursus dès l'année académique 2013-2014	Validation des compétences par le CGHE et possibilité de souplesse dans les grilles horaires
Axe 3						
Recommandations / Forces	Description des actions	Degré de priorité	Reponsable(s)	Degré de réalisation /	Résultats attendus	Conditions de réalisation
Amélioration du niveau linguistique des étudiants	Implication des professeurs de langue dans les traductions des questionnaires d'enquête mis en ligne	***	Professeurs de langues et d'économie	Un essai sera réalisé durant l'année scolaire 2011-2012. L'objectif est d'intégrer ces travaux de traduction dans la charge de travail des étudiants.	Acquisition et meilleure utilisation de vocabulaires étrangers dans les termes de marketing	

Amélioration du niveau linguistique des étudiants	Rendre les cours de langue obligatoires dès la deuxième année du bachelier. Les examens devenant oraux en néerlandais et en anglais.	***	Professeurs de langues	Ceci ne pourra être mis en place qu'à partir de la rentrée académique 2012-2013. Les résultats seront évalués à la fin de l'année académique 2013-2014.	Acquisition et meilleure utilisation de vocabulaires étrangers dans les termes de marketing. Meilleures prestations orales.
Amélioration du niveau linguistique des étudiants	Favoriser les synergies et la transversalité entre les cours en proposant des documentaires en économie générale qui ne soient pas en français.	***	Professeurs de langues et d'économie	Dès la rentrée académique 2012-2013. Résultats évalués à la fin de l'année académique 2013-2014	Meilleure compréhension à l'écoute.
Amélioration du niveau linguistique des étudiants	Favoriser la mobilité des étudiants dans le cadre des échanges Erasmus	*	Cellule Internationale de la HE	La motivation des étudiants commencera dès la prochaine rentrée. Evaluation en 2017.	Etudiants plus à l'aise lorsqu'ils se retrouvent dans des conditions étrangères.

Réalisé le 7 décembre 2011.

Le Directeur-Président



Patrick DYSELER

Pour la coordonnatrice Qualité,

Sylvie EVINCK (congé de maladie longue durée)

Le coordinateur Qualité de la Haute Ecole



Roland BOURGEOIS

La directrice de la catégorie économique



Anne-Marie DUQUESNE