



Calendrier et plan de suivi des recommandations des experts

Section marketing
du département économique

Décembre 2011

La démarche d'évaluation effectuée tant en interne qu'avec les experts de l'agence qualité a permis d'éclairer d'un jour nouveau nos bonnes pratiques mais également d'identifier plusieurs pistes d'amélioration. Ces pistes portent tant sur les aspects pédagogiques que sur l'organisation des processus. Certains chantiers ont d'ores et déjà débuté comme par exemple la standardisation de la présentation des supports de cours, l'intégration de supports en anglais ou encore l'intensification du recours à la bibliothèque.

Par ailleurs, il nous est apparu que 3 grands thèmes méritaient plus d'attention et une approche plus systématique. Ce sont donc ces axes que nous avons choisi d'approfondir dans le cadre du plan de suivi. Le premier axe concerne la réorganisation du programme de cours en relation avec le référentiel de compétences qui s'applique à la catégorie économique, référentiel validé par le conseil supérieur des Hautes Ecoles. Le deuxième axe aura pour but de développer l'ouverture internationale de la section. Le dernier axe tendra à améliorer la maîtrise de nos étudiants de la langue française et de les sensibiliser à l'importance de cette maîtrise pour leur activité professionnelle future.

AXE 1 : Réorganisation du programme en fonction de la logique compétence

Le premier axe nous apparaît comme le chantier le plus important, mais aussi le plus complexe. Le plus important d'abord parce que le rapport a mis en évidence plusieurs faiblesses qui lui sont liées, notamment :

- la répartition déséquilibrée du volume de travail sur l'ensemble de la formation,
- le poids des cours généraux par rapport à ceux de spécialité,
- le contenu des cours, pas toujours établi en lien avec le monde professionnel,
- le manque de concertation entre enseignants de cours généraux et de spécialité,
- le peu de liens explicites avec le référentiel de compétence dans les fiches de cours des enseignants.

Ce travail comportera de nombreuses étapes. L'équipe d'enseignants est actuellement dans une phase réflexive quant à la démarche à adopter. Nous essayons de poser les étapes et la méthodologie que nous suivrons. Durant l'année académique en cours, nous sensibiliserons l'ensemble des enseignants à la pertinence de la démarche. En effet, la participation de tous sera indispensable à l'accomplissement de nos objectifs. Par ailleurs, nous identifierons les cours qui participent à l'acquisition de chacune des compétences. Enfin, pour chacune d'entre elles, nous listerons les savoirs et savoir-faire indispensables à leur maîtrise. Nous pourrons ainsi créer un référentiel de formation/compétence interne qui nous donnera une vision claire de la contribution de chaque cours à leur acquisition. Des professionnels du marketing seront associés à cette réflexion.

L'année académique 2012-2013 sera consacrée à la remise à plat de la grille qui nous permettra notamment de réévaluer le rapport entre les cours de spécialité et les cours généraux et d'envisager une meilleure répartition des crédits ECTS attribués à chaque cours. Un cahier des charges précis sera établi pour chaque cours, reprenant les savoirs à transmettre, mais aussi les modalités de leur transmission (théorie, applications, intégration avec d'autres cours,...). L'évaluation sera aussi planifiée

(calendrier, pondération, évaluation partagée entre différents cours). De cette façon, nous pourrions lisser la charge de travail des étudiants sur l'ensemble du cursus, afin d'éviter autant que possible les périodes de surcharge. Ce travail se fera évidemment en tenant compte du volume ECTS de chaque cours, en évaluant l'investissement temps nécessaire à ces apprentissages.

La dernière phase, prévue pour l'année académique 2013-2014, consistera en la conception d'un mode d'évaluation de l'acquisition des compétences. Nous envisageons notamment la possibilité de la création d'un examen final en troisième année, qui intégrerait les différentes compétences. Cette épreuve mettrait en jeu des savoirs et savoir-faire acquis tout au long de la formation. Un jury pourrait donc déterminer si l'étudiant possède une maîtrise suffisante des compétences.

AXE 2 : Renforcement de l'ouverture internationale de la formation

La section doit davantage préparer les étudiants à l'évolution d'un monde économique qui s'internationalise. A un moment où l'Union européenne envisage une augmentation de 85% des budgets liés aux programmes de mobilité, il est impératif que nous puissions davantage mettre nos étudiants dans les conditions de pouvoir profiter de ces opportunités. Par ailleurs, il est également indispensable que notre cursus offre soit plus attractif pour les étudiants étrangers qui souhaitent passer un quadrimestre, voire une année au sein de notre établissement.

Sur les conseils des experts, nous souhaitons tout d'abord tangibiliser le niveau de langue de nos étudiants. La coordination des langues a donc décidé de travailler à l'avenir en se référant au cadre de certification européen. Les étudiants connaîtront donc leur niveau et seront regroupés en classes homogènes. Les fiches de cours seront retravaillées par niveau, en y intégrant des objectifs spécifiques au marketing.

Par ailleurs, les cours de spécialité intégreront de plus en plus de supports en anglais. Certains enseignants ont commencé à se former pour aller dans ce sens et, à moyen terme, donner certains cours en anglais. La section s'est fixé des objectifs très précis, graduels, en terme de nombre de cours de spécialité donnés en anglais et intégrant des supports dans cette langue. Les nouveaux professeurs engagés sont choisis notamment en fonction de leur capacité à pouvoir intégrer cet objectif. Un cours de marketing international sera intégré à la grille dès la rentrée prochaine, dispensé lui aussi partiellement en anglais.

Dans la même optique, nous tentons de multiplier les opportunités d'échanges de professeurs et d'étudiants. Nous ne manquons, dès à présent, aucune possibilité de proposer à l'équipe enseignante et aux étudiants les semaines internationales, busidays, séjours Erasmus, séminaires à l'étranger,... Ce premier semestre, deux professeurs ont d'ailleurs eu l'occasion de participer à un court séjour international, accompagnant une dizaine d'étudiants. Là aussi, nous avons posé des objectifs très précis pour les trois prochaines années.

Enfin, nous avons souhaité augmenter le nombre de travaux de fin d'études rédigés en anglais. Nous pousserons donc les étudiants qui effectuent un stage de 15 semaines à l'étranger à faire ce choix.

Remarque: la section souhaite également introduire l'espagnol en plus de l'anglais, du néerlandais et de l'allemand. Les modalités de cette introduction sont encore à définir.

AXE 3 : Amélioration de la maîtrise de la langue française

Le niveau d'orthographe et de maîtrise de la langue française ne cesse de baisser. Les étudiants de la section marketing n'échappent pas à cette tendance. Nous avons donc choisi de tenter d'inverser la tendance.

La coordination de section travaillera principalement sur trois points. Tout d'abord, nous souhaitons que les étudiants acquièrent le réflexe de se relire et de soigner davantage leur correspondance avec les enseignants. Nous établirons donc une charte qui engagera les étudiants. Les écrits qui, dans leur forme, ne respecteront pas cette charte seront systématiquement refusés par les professeurs.

Par ailleurs, les professeurs intégreront une note d'orthographe dans toutes les productions d'étudiants (travaux et examens). Les modalités sont encore à déterminer. Soit nous plafonnerons l'importance de cette note dans la pondération totale du travail, soit nous prévoyons tout simplement une possibilité de ne pas accepter le travail si les fautes sont vraiment trop nombreuses. Pour mesurer l'efficacité de cette disposition, nous mettrons en place un test d'orthographe en début et en fin d'année. Notre objectif est de réduire de 30% le nombre de fautes dans les productions des étudiants après une année.

Enfin, lors de l'audit, les professionnels nous ont fait remarquer que les étudiants issus de notre section ne semblaient pas sensibilisés à l'importance de la maîtrise de la langue française en entreprise. Les deux mesures que nous venons d'exposer ci-dessus devraient constituer une première prise de conscience chez nos étudiants. Nous souhaitons cependant organiser une action annuelle de sensibilisation à cette problématique, tant pour les étudiants que pour les enseignants.

Nous avons donc délibérément choisi de nous limiter à ces 3 axes afin d'optimiser leur concrétisation tout en restant pragmatique par rapport à la disponibilité des enseignants. La mise en œuvre pratique de ces trois chantiers va en effet nécessiter la mobilisation de toutes les énergies pendant 3 années académiques. Un vrai challenge pour l'ensemble de la section avec en point de mire la perspective exaltante d'une offre de formation plus performante, mieux inscrite dans son environnement professionnel et plus ouverte sur un monde de plus en plus global et international.

AXE 1 : Réorganisation du programme en fonction de la logique compétence

Recommandation / Forces	Description des actions	Degré de priorité	Responsable	Degré de réalisation / Echéances	Résultats attendus	Conditions de réalisation
<p><i>Le comité des experts propose que la section marketing procède à une revue exhaustive du programme (si possible en liaison avec un groupe de travail constitué de professionnels) afin de s'assurer de son équilibre général entre cours généraux et de spécialités, et de renforcer, si cela est avéré nécessaire, la part des cours de spécialité, notamment en première année de bachelier. RFS, chap.2, reco. 1, p. 7</i></p> <p><i>Il propose également de procéder à une analyse de la charge de travail des étudiants et de sa répartition entre les trois années d'études. Cette analyse devrait idéalement se faire en référence au système ECTS. RFS, chap.2, reco.3, p.7</i></p>	<p>Appropriation de la logique compétence par l'ensemble des enseignants</p>	<p align="center">***</p>	<p>Coordinateur de section et coordinateur qualité relais</p>	<p>En cours juin 2012</p>	<p>Implication de 80% des enseignants de la section dans les réunions « suivi audit »</p>	<p align="center">SO</p>
	<p>Identification des cours concernés par chaque compétence</p>	<p align="center">***</p>	<p>Coordinateur de section et coordinateur qualité relais</p>	<p>A planifier juin 2012</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Création d'un référentiel interne établissant les relations cours / compétences • Vision claire des contributions de chaque cours / séminaire/exercice au développement de chaque compétence 	
	<p>Identification des savoirs et savoir-faire nécessaires à l'acquisition de chaque compétence</p>	<p align="center">***</p>	<p>Coordinateur de section et coordinateur qualité relais</p>	<p>A planifier juin 2012</p>	<p>Création d'un référentiel interne établissant les relations entre savoirs / savoir-faire et compétences</p>	

	Examen de la grille et des contenus de cours : mise en perspective avec les compétences et établissement d'un cahier des charges par cours	**	Coordinateur de section	A planifier juin 2013	Production d'un ensemble de cahiers de charge par cours	
	Evaluation de la charge en ECTS et lissage du temps de travail des étudiants	**	Coordinateur de section	A planifier juin 2013	Rédaction d'une brochure interne avec cahier des charges de chaque cours	
	Mise en place de mode d'évaluation par compétences de façon progressive et évaluation de la compétence finale du bachelier.	*	Coordinateur de section	A planifier juin 2014	Fiche de cours et mise en place d'une évaluation intégrée	

AXE 2 : Renforcement de l'ouverture internationale de la formation

Recommandation / Forces	Description des actions	Degré de priorité	Responsable	Degré de réalisation / Echéances	Résultats attendus	Conditions de réalisation
<p><i>Il suggère de « tangibiliser » l'excellence de la connaissance des langues par l'utilisation de cadres de références reconnus (TOEFL, Cambridge Certificate, Cadre de référence européen, etc.). RFS, chap.2, reco. 4, p.7</i></p> <p><i>Le comité des experts suggère également d'étudier la pertinence du rétablissement de l'organisation de cours de langues de différents niveaux, notamment en première année de bachelier. RFS, chap.2, reco.2, p.7</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> Mise en place d'une tangibilisation des niveaux de langues par le cadre de certification européen Etablissement des niveaux requis et attendus aux différentes étapes de la formation et à la fin de celle-ci 	***	Coordinateur des langues	Juin 2012	<ul style="list-style-type: none"> Connaissance par les étudiants de leur niveau de connaissance en rapport avec le cadre de certification européen. Connaissance par les étudiants du parcours de formation qui leur reste à accomplir 	SO
	Regroupement des étudiants par niveaux en fonction du Cadre européen commun de référence pour les langues	**	Coordinateur des langues	Rentrée 2012	Les étudiants seront regroupés par niveau de langues	SO

	Pour les cours de langues, établissement d'objectifs spécifiques au marketing et par niveau.	**	Coordinateur des langues	Rentrée 2012	Cahier des charges précis et par niveau établi dans la fiche de cours	SO
<i>L'incorporation d'un cours de marketing international pourrait stimuler l'intérêt des étudiants pour la dimension interculturelle de leurs futurs métiers. RFS, chap.5, reco.6, p.11</i>	Intégration d'un cours de marketing international dont les supports de cours seront principalement en anglais	***	Coordinateur de section	Rentrée 2012	Cours dans la grille officielle	SO
<i>L'enseignement des langues, tel qu'il est proposé actuellement, prépare insuffisamment les jeunes diplômés, surtout si ceux-ci visent une carrière ou des structures internationales, toutes deux utilisant l'anglais comme langue véhiculaire. Dans ce cadre, on ne peut que regretter l'offre quasi inexistante de cours de spécialité enseignés en langue anglaise. AT, point 15, p. 23</i>	Augmentation des contenus de cours de spécialité en langue anglaise et attention particulière accordée à la maîtrise de l'anglais lors des nouveaux recrutements de professeurs.	***	Coordinateur de section	En cours	- 5 cours qui intègrent des supports en anglais dès la rentrée 2012 - A la rentrée 2013, 5 cours de spécialité ou généraux dispensés en anglais - A la rentrée 2014, 7 cours de spécialité ou généraux dispensés totalement en anglais	SO

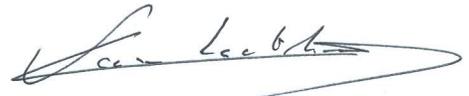
	Formation de professeurs: perfectionnement en anglais	***	Coordinateur de section	En cours et pour la rentrée 2013.	Stage en immersion en anglais de 3 enseignants de spécialité	Si les demandes de bourses sont obtenues
	Diversification et multiplication des échanges internationaux impliquant enseignants et étudiants.	***	Responsables des relations internationales	A partir de la rentrée 2012	- Participation de 40 % des étudiants sur leur cursus et de 20% des professeurs de spécialité à un échange international (Busidays, semaines internationales, échanges erasmus...)	Si les opportunités sont assez nombreuses
	Encourager la rédaction de TFE en anglais.	***	Coordinateur de section	2012-2013	5% des TFE rédigés en anglais	Si le nombre de stages effectués en anglais le permet

AXE 3 : Amélioration de la maîtrise de la langue française

Recommandation / Forces	Description des actions	Degré de priorité	Responsable	Degré de réalisation / Echéances	Résultats attendus	Conditions de réalisation
<p><i>Le niveau moyen de connaissance de la langue maternelle de la plupart des diplômés est considéré comme trop faible par les parties prenantes au regard des exigences du monde socio-économique et de l'importance de la communication écrite et orale dans les métiers du marketing. De plus, il semblerait que beaucoup d'étudiants ne soient pas sensibilisés à l'importance de cette compétence dans le monde du travail. RFS, chap.2, amélioration 4, p.6</i></p>	<p>Renforcement de l'expression dans les échanges entre enseignants et étudiants</p>	<p align="center">***</p>	<p align="center">Coordinateur marketing</p>	<p align="center">En cours</p>	<p>Etablissement d'une charte qui posera les règles de base de la rédaction des courriers électroniques</p>	<p align="center">SO</p>
	<p>Intégration d'une note d'expression écrite dans les productions écrites d'étudiants (travaux et examens)</p>	<p align="center">**</p>	<p align="center">Coordinateur marketing</p>	<p align="center">Année 2012-2013</p>	<p>Réduction de 30 % des fautes d'orthographe dans les productions écrites des étudiants</p>	<p align="center">SO</p>
	<p>Organisation d'une activité annuelle de sensibilisation à l'importance de la maîtrise de la langue française en entreprise</p>	<p align="center">**</p>	<p align="center">Coordinateur marketing</p>	<p align="center">A partir de l'année 2012-2013</p>	<p>Prise de conscience de l'importance de la maîtrise de la langue française en entreprise par un pourcentage des étudiants à déterminer (mesure par enquête)</p>	<p align="center">SO</p>



Daniel Chavée
Directeur – Président



Christian Van Laethem
Directeur de la Catégorie économique



Anthony Grevisse
coordonnateur de l'autoévaluation