

REPUBLIQUE DU SENEGAL

Un Peuple – Un But – Une Foi

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE

AUTORITE NATIONALE D'ASSURANCE QUALITE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR



**RAPPORT D'EVALUATION EXTERNE DU  
PROGRAMME DE LICENCE EN MARKETING-  
COMMUNICATION DE L'INSTITUT DE  
FORMATION EN ADMINISTRATION DES  
AFFAIRES (IFAA)**

**L'équipe d'évaluation :**

- Dr. Mamadou KOUME, Président
- Dr. Amadou Sidy Aly BA, Membre
- M. Adama Chimère NDOUR, Membre

**Signature :**

**Pour l'Equipe, le Président**

**Novembre 2016**

## Table des matières

<b>1.</b>	<b>Présentation de l'IFAA et du programme .....</b>	<b>3</b>
<b>2.</b>	<b>Description de la visite sur le terrain.....</b>	<b>4</b>
<b>3.</b>	<b>Avis sur le rapport d'auto evaluation.....</b>	<b>5</b>
<b>4.</b>	<b>Appreciation du programme au regard des standards de l'ANAQ-Sup</b>	<b>5</b>
<b>5.</b>	<b>Points Forts du programme.....</b>	<b>12</b>
<b>6.</b>	<b>Points faibles du programme.....</b>	<b>12</b>
<b>7.</b>	<b>Appreciations generales du programme .....</b>	<b>13</b>
<b>8.</b>	<b>Recommandations à l'établissement.....</b>	<b>13</b>
<b>9.</b>	<b>Recommandation à l'ANAQ.....</b>	<b>13</b>
<b>10.</b>	<b>Proposition de decision .....</b>	<b>13</b>

# **1. Présentation de l'IFAA et du programme**

## **1.1 Présentation de l'Institution**

L'Institut de Formation en Administration des Affaires (IFAA) est situé à la Cité SIPRES 2 face VDN, villa n° 2 à Dakar. L'IFAA a été créé en août 2005 sous la forme juridique d'une SARL (société à responsabilité limitée) au capital de 10 000 000 avant devenir une SUARL (société unipersonnelle à responsabilité limitée). L'institut a obtenu son agrément d'ouverture enregistré sous le numéro **0025/AG/ME/DES** délivré par le Ministère de l'Enseignement supérieur, le 16 décembre 2005.

L'IFAA a pour vocation le développement d'un enseignement de haut niveau de manière professionnelle et irréprochable autour de la confiance et des valeurs d'éthique.

L'IFAA est administré par un Directeur Général avec un conseil scientifique dirigé par un professeur titulaire. La mission et les objectifs de l'IFAA s'inscrivent dans la politique nationale du Sénégal en matière de formation professionnelle.

L'IFAA organise des programmes de formation de niveau Bac+3 et Bac +5, et délivre des diplômes de Licence et Masters. Il permet ainsi aux étudiants de préparer des diplômes universitaires et des diplômes intermédiaires tels que les certificats de compétences professionnelles obtenus suivant des parcours de formations modulaires. L'IFAA forme ses étudiants dans les filières suivantes :

- Banque-Finance-Assurance ;
- Comptabilité-Gestion ;
- Transport-Logistique ;
- Marketing-Management ;
- Commerce International ;
- Gestion des projets;
- Gestion des Ressources Humaines ;
- Gestion des entreprises.

## **1.2 Présentation du programme Licence Marketing Communication**

Cette licence a pour objectif de permettre aux apprenants d'avoir une large compréhension du fonctionnement de l'entreprise et de leur rôle dans l'économie mondialisée et plus particulièrement dans le contexte africain. Les diplômés issus de ce programme peuvent exercer la plupart des métiers relevant du tertiaire dont l'entreprise a besoin. Ils maîtrisent les savoirs théoriques et les compétences méthodologiques dans le domaine du Marketing et de la Communication.

Les débouchés professionnels sont multiples et à la fois orientés vers les départements marketing des

entreprises, les agences de communication, etc.

### **Caractéristiques de la licence professionnelle Marketing Communication:**

<b>INTITULE</b>	<b>CONTENU</b>
<b>Nom de la formation</b>	Licence Professionnelle Marketing Communication
<b>Domaine</b>	Sciences de Gestion
<b>Spécialité</b>	Marketing Communication
<b>Cycle</b>	Licence (L1, L2, L3)
<b>Nombre de crédits du programme</b>	180 crédits
<b>Volume horaire :</b>	3600 heures
<b>Détails des UE</b>	Voir maquette

## **2. Description de la visite sur le terrain**

### **2.1. Organisation et déroulement de la visite**

L'équipe d'évaluateurs de l'ANAQ-SUP a démarré la visite à l'Institut de Formation en Administration des Affaires (IFAA), le jeudi 28 juillet 2016 à 08H40. Elle a été reçue par les responsables de l'institut composés entre autres du président du comité scientifique, du directeur des études et du responsable de la filière de Licence Marketing-Communication. Le Directeur de l'Institut était absent. Cette rencontre a démarré par la présentation de l'équipe des évaluateurs par la voix du président Dr Mamadou KOUME qui a rappelé les objectifs de l'évaluation de l'ANAQ. Il s'en est suivi un mot de bienvenue du président du comité scientifique et une présentation des responsables de l'institut présents. Après validation de l'agenda de la visite, le responsable de la cellule interne d'assurance qualité a procédé à la présentation de l'Institut avant de donner la parole au responsable de la filière Licence Marketing-Communication présenter le programme soumis à l'appréciation des évaluateurs de l'ANAQ Sup.

La séance de travail s'est déroulée en présence des principaux responsables de l'IFAA:

- Pr. Amadou Lamine DIA, Président du conseil scientifique et représentant le Directeur M. Moussa Sy;
- Macoumba FALL : Directeur technique et responsable de la cellule interne qualité ;
- M. Jean M. BASSE, Responsable du Programme de la licence Marketing Communication et responsable du comité de pilotage ;

- M. Brunot SAGNA, Responsable pédagogique ;
- M. Thierry AKPO : responsable de la direction de la communication et de l'insertion

Le Directeur Technique et responsable de la Qualité interne a mis l'accent dans sa présentation sur les missions, la vision et la gouvernance de l'IFAA. Le responsable du programme a présenté le programme, ses débouchés et les taux de réussite. Après les différentes présentations les échanges ont porté sur le rapport d'auto évaluation puis chaque standard du référentiel proposé par l'ANAQ-Sup. Ainsi les experts ont utilisé la grille d'analyse du rapport d'auto évaluation pour poser des questions et demandé les éléments probants relatifs au standard.

### 3. Avis sur le rapport d'auto evaluation

Le rapport d'auto-évaluation a été préparé en suivant le référentiel d'évaluation de programme de l'ANAQ-SUP.

Il a été élaboré en suivant la démarche préconisée par l'ANAQ-SUP. Le rapport d'auto évaluation décrit l'Institut de Formation en Administration des Affaires (IFAA) comme un établissement d'enseignement supérieur professionnel qui organise des formation de niveau Bac+3 et Bac +5. Il présente également l'historique de l'établissement depuis sa création le 23 Août 2005, sa gouvernance et la méthodologie utilisée par la cellule d'assurance qualité interne pour rédiger le document. Chaque champ du référentiel est renseigné. La cellule d'assurance qualité interne a été créée par l'administrateur de l'institut en janvier 2015 par une note de service n°002/AD/2015. Un comité de pilotage a été mis en place pour le programme Marketing-Communication.

### 4. Appreciation du programme au regard des standards de l'ANAQ-Sup

<b>Champ d'évaluation 1 : Objectifs et mise en œuvre du programme d'études</b>
<b>Standard 1.01 : <i>Le programme d'études est régulièrement dispensé.</i></b>
<b>Appréciation globale sur le standard : ATTEINT</b>
Il existe des PV de délibération et de soutenance prouvant l'assiduité du programme dispensé depuis sa mise en place.
<b>Standard 1.02 : <i>Le programme d'études et de formation vise des objectifs de formation qui correspondent à la mission et à la planification stratégique de l'institution.</i></b>
<b>Appréciation globale sur le standard : ATTEINT</b>

Il est ressorti clairement à travers les documents consultés que les objectifs généraux et spécifiques liés aux programmes Licence MC sont établis.

Les enseignants reçus en entretien ont confirmé que l'institut leur demande de préparer un syllabus avant chaque cours. Toutefois, il n'existe pas de support définissant clairement les objectifs généraux et spécifiques pour la proposition d'un syllabus.

Les Syllabii vérifiés sur place ne respectent pas les critères des formats de LMD. Quant aux cahiers des textes, ils sont signés et cachetés par le Directeur Académique.

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

**Appréciation globale sur le standard : NON ATTEINT**

L'IFAA dispose un effectif important de professionnels spécialisés dans le programme évalué.

Toutefois, ces derniers sont peu voir pas impliqués dans l'élaboration du programme. Aucune convention de partenariat avec le monde professionnel dans le domaine du marketing-communication ne nous a été présentée.

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

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

**Appréciation globale sur le standard : ATTEINT**

Le manuel de procédures administratives et financières nous a été présenté mais il y manque la signature de l'autorité interne, sa date d'application n'est pas précisée.

Tous les contrats de collaboration ou contrats de travail, fiches de poste ou listes d'activités passés en revue sont corrects.

**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 sur le standard : NON ATTEINT**

Les personnes rencontrées soulignent le caractère dynamique de la revue du programme évalué. Toutefois, il manque des éléments de preuve prouvant la participation du PER dans les processus décisionnels concernant la mise en œuvre du programme.

Les modes d'expression des étudiants sont décrits principalement dans le manuel de procédures.

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

### **Appréciation globale sur le standard : NON ATTEINT**

Une cellule assurance qualité est mise en place même si elle n'est qu'à sa première phase d'activités. Nous avons noté l'absence d'un plan opérationnel structuré pour l'année en cours permettant d'indiquer un état d'avancement précis des activités.

Le directeur technique est nommé responsable de la cellule interne d'assurance qualité. Aucun support d'évaluation (rapport pédagogique, sondage, formulaires évaluation de cours par les étudiants, etc.) du programme étudié nous a été présenté.

### **Champ d'évaluation 3 : Curriculum et méthodes didactiques**

**Standard 3.01** : *Le programme d'études dispose de maquette structurée et de plans de cours correspondant à une mise en œuvre coordonnée du LMD dans les établissements d'enseignement supérieur du Sénégal.*

Le programme d'études dispose de maquette structurée et de plans de cours correspondant à une mise en œuvre coordonnée du LMD dans les établissements d'enseignement supérieur du Sénégal.

### **Appréciation globale sur le standard : NON ATTEINT**

Le programme d'études dispose de maquette structurée, de plans de cours et syllabii répondant aux exigences d'une mise en œuvre coordonnée du système LMD dans les établissements d'enseignement supérieur du Sénégal. Les enseignements énoncés dans la maquette du programme sont adaptés aux besoins du monde professionnel. Elle répond au format LMD avec notamment une semestrialisation des enseignements et des évaluations. Le semestre compte 600 heures et 30 crédits avec une répartition des volumes horaire entre les cours magistraux (CM), les travaux dirigés (TD) et/ ou travaux pratiques (TP) et le travail personnel de l'étudiant (TPE). Cependant, nous constatons que les UE et les EC ne sont pas

codifiés. La maquette souffre du manque de modules orientés vers des métiers de la publicité. Pour certains modules, le volume horaire sur la maquette ne correspond à celui figurant sur le cahier de texte.

**Standard 3.02 :** *Le programme d'études 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. Les méthodes d'enseignement et d'évaluation sont définies en fonction des objectifs de formation.*

Le programme d'études couvre les aspects principaux de la discipline. Il permet l'acquisition de méthodes de travail scientifiques et se préoccupe de préparer l'étudiant au marché du travail. Les méthodes d'enseignement et d'évaluation sont définies en fonction des objectifs de formation.

**Appréciation globale sur le standard : PARTIELLEMENT ATTEINT**

Le programme d'études couvre les aspects principaux de la discipline. Il permet l'acquisition de méthodes de travail scientifiques et se préoccupe de préparer l'étudiant au marché du travail. Les méthodes d'enseignement et d'évaluation sont définies en fonction des objectifs de formation.

Le programme permet aux étudiants inscrits d'avoir les connaissances fondamentales en outils de gestion et des connaissances de spécialité dans le domaine du Marketing Communication. Le programme dispose d'une Direction de la communication et de l'insertion pour le placement des étudiants.

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

Les conditions d'obtention des attestations et des diplômes académiques sont règlementées et publiées.

**Appréciation globale sur le standard : ATTEINT**

Les conditions d'obtention des attestations et des diplômes académiques sont règlementées et publiées. Les attestations et les bulletins de notes sont disponibles immédiatement après la délibération mais les étudiants ne pourront en disposer que lorsqu'ils sont en règle avec les finances. Les textes notifiant les conditions de retrait des attestations sont affichés pour une large diffusion.

**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.*

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 sur le standard : ATTEINT**



Le programme maintient un taux de réussite satisfaisant. Pour faciliter la progression de ces étudiants, des cours de renforcement sont effectués par des professeurs ou étudiants de l'amicale des étudiants.

#### **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.***

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

#### **Appréciation globale sur le standard : PARTIELLEMENT ATTEINT**

Le corps enseignants du programme est composé du PER (1 professeur titulaire, 07 docteurs) et de professionnels du domaine du Marketing et Communication.

Les critères de sélection des enseignants ne sont pas définis. Les dossiers de chaque enseignant intervenant dans la formation et les contrats d'embauche ou de vacation sont disponibles (CV, contrats de collaboration ou de collaboration, syllabii du cours). La formation dispose suffisamment de professionnels spécialisés dans le domaine du marketing et de la communication. Cependant, la plupart des enseignants chercheurs notamment des docteurs ne sont pas spécialisés en Sciences de gestion. La majorité de ces enseignants sont des économistes de formation.

Les contrats de vacation et de collaboration consultés ne permettent pas de distinguer clairement les enseignants permanents des vacataires. Ainsi, la part des enseignements assurée par les enseignants permanents n'est pas facile à déterminer.

La rémunération des vacataires et prestataires est assez faible , 5000 francs à 6000 francs de l'heure.

**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, de recherche, d'expertise et d'administration des enseignants est définie.

#### **Appréciation globale sur le champ : NON ATTEINT**

Les contrats des enseignants stipulent l'activité d'enseignement. Absence de politique relative au développement de la recherche. Si les enseignants permanents ne réalisent pas d'activités de recherche, certains sont néanmoins impliqués dans l'administration. C'est le cas du responsable de la filière et du

directeur des études qui sont des enseignants vacataires.

Pour certains cours, le volume horaire annoncé dans la maquette n'a pas réellement effectué. La consultation des cahiers de texte et l'entretien avec certains enseignants ont confirmé ce fait.

**Standard 4.03 : *La mobilité du PER est possible.***

**Appréciation globale sur le standard : NON ATTEINT**

L'IFAA ne dispose qu'une convention de coopération internationale avec un établissement d'enseignement supérieur étranger. Il n'y a pas de mobilité des enseignants au niveau international.

### **Champ d'évaluation 5 : Étudiant(e)s**

**Standard 5.01 : *Les conditions d'admission dans le programme sont publiées***

**Appréciation globale sur le standard : ATTEINT**

Les conditions d'admission dans le programme sont publiées et portées à la connaissance des étudiants via des affiches et site internet. Toutefois, le site web de l'Institut doit être mis à jour.

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

L'égalité des chances entre hommes et femmes est réalisée à l'entrée et au cours de la formation

**Appréciation globale sur le standard : ATTEINT**

Le respect de l'égalité des chances entre hommes et femmes est une réalité. Aucune discrimination constatée entre les hommes et les femmes dans les conditions et procédures d'admission et dans l'organisation et le déroulement des études n'a été constatée.

**Standard 5.03 *La mobilité des étudiant(e)s est possible et encouragée par la reconnaissance mutuelle interuniversitaire et interdisciplinaire des acquis.***

**Appréciation globale sur le standard : NON ATTEINT**

Le système LMD appliqué ne permet pas une mobilité des étudiants. Le programme doit permettre de recevoir des étudiants d'autres institutions par l'application des crédits capitalisables et transférables (CECT). L'absence de conventions de partenariat au niveau national ne permet pas une mobilité des étudiants entre établissements. L'Institut ne dispose que d'une seule convention avec un établissement d'enseignement supérieur se trouvant à Bamako.

**Standard 5.04** *Il est pourvu à un encadrement adéquat des étudiant(e)s.*

**Appréciation globale sur le standard : PARTIELLEMENT ATTEINT**

Le taux d'encadrement est correct. En troisième année de Licence, les effectifs sont réduits moins de 20 étudiants en général par classe, par contre les effectifs en L 1 et 2 sont plus importants du fait des cours en tronc commun.

**Standard 5.05** *Le programme se préoccupe de l'insertion des étudiant(e)s dans le milieu du travail.*

**Appréciation globale sur le standard : NON ATTEINT**

Les étudiants ayant effectué un stage présentent un rapport de stage devant un jury. A défaut, ils présentent un mémoire à soutenir devant un jury.

Le nombre de conventions de partenariat avec les entreprises est très faible. C'est pour cette raison que, l'IFAA a récemment mis en place une direction chargée de la communication et de l'insertion pour faciliter l'insertion des diplômés. Les anciens étudiants devant aider les étudiants dans l'accueil, l'orientation et le placement pour leur insertion professionnelle ne sont pas organisés en association.

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

**Standard 6.01** *Le programme d'études dispose de ressources suffisantes pour réaliser ses objectifs. Elles sont disponibles à long terme.*

**Appréciation globale sur le standard : PARTIELLEMENT ATTEINT**

L'institution dispose de salles de cours, d'une salle d'informatique de 39 postes pour environ plus 627 étudiants, d'une bibliothèque numérique à équiper, d'un bureau d'accueil et d'orientation, d'un bureau de scolarité, d'une salle des professeurs à équiper, de toilettes avec séparation hommes/femmes, d'un espace pour les étudiants/restaurant, d'un espace affichage, d'une caisse, bureaux pour le personnel.

5. Points Forts du programme	6. Points faibles du programme
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Installation d'énergie solaire pour pallier aux coupures intempestives</li> <li>- Existence d'infrastructures et d'équipements pour le déroulement du programme</li> <li>- Le cadre de travail est correct (espace vert)</li> <li>- La connexion internet est accessible</li> <li>- Contacts permanents avec les étudiants (envoi de sms)</li> <li>- Il existe un manuel de procédures</li> <li>- Les contrats de collaboration avec le personnel sont signés et datés</li> <li>- Les contrats avec les PATS son signés et datés</li> <li>- Présence de PER de rang A qualifié dans le conseil scientifique dirigé par un professeur qui est réputé compétent</li> <li>- Evaluation des professeurs par les étudiants</li> <li>- la maquette du programme est au format LMD avec des UE fondamentale et de spécialité</li> <li>- les cahiers de texte sont disponibles, remplis et signés par le responsable pédagogique</li> <li>- Il existe un logiciel de gestion des notes sécurisé</li> <li>- Paiement régulier des prestataires</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-l'intitulé, du programme n'est pas précis, il est davantage question de Marketing et stratégiques commerciales que de Marketing et communication ;</li> <li>- Absence de preuve montrant l'évolution de la maquette comme énoncé dans le rapport d'auto-évaluation ;</li> <li>- Absence d'UE optionnelles. Exemple : langues</li> <li>- les UE et EC ne sont pas codifiés</li> <li>- absence de modules orientés vers les métiers de publicité</li> <li>- les volumes horaires annoncés dans la maquette ne sont pas respectés pour certains de modules ;</li> <li>- Faible présence dans le corps professoral de PER spécialisé en Gestion</li> <li>- les syllabi ne sont pas conformes aux standards définis par le CAMES</li> <li>- Pas de participation avérée des enseignants et formateurs au comité pédagogique</li> <li>- Niveau hétérogène des étudiants dans le programme</li> <li>- Absence de politique de recherche ;</li> <li>- Pas de conventions de partenariat avec le monde professionnel dans le domaine du programme ;</li> <li>- Une seule convention de partenariat avec les institutions d'enseignement au niveau international</li> <li>- Au niveau national pas de conventions de partenariat avec les établissements d'enseignement supérieur mais des projets de partenariat sont en cours</li> <li>- Pas de mobilité des étudiants</li> <li>- Pas de mobilité du PER</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- les conditions d'admission des étudiants sont publiées</li> <li>- le programme publié est conforme à celui dispensé.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- le site internet de l'institut n'est pas à jour</li> <li>- pas de preuve disponible pour le taux d'insertion et absence d'un plan d'action sur l'insertion et l'accompagnement des étudiants</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Absence de supports déclinant les consignes en cas d'urgence, extincteurs présents mais parfois mal posés</li> <li>- Absence d'infirmier mais il existe une boîte à pharmacie</li> <li>- non-conformité à la réglementation par rapport à certaines institutions sociales , pas de couverture sociale pour les PATS.</li> </ul>
--	--

## **7. Appréciations générales du programme**

De manière générale, l'institut a un réel potentiel dans son domaine et des hommes de grande qualité qui l'animent. Il serait toutefois intéressant que l'établissement s'ouvre aux nouveaux métiers ayant un lien avec la filière et apparus avec les Tics, notamment le marketing digital.

## **8. Recommandations à l'établissement**

- Revoir l'intitulé du programme en l'adaptant à la réalité
- Recruter ou faire appel à des compétences en PER spécialisés en Gestion
- Impliquer davantage les enseignants en amont de la formation, les inviter en comité pédagogique
- Corriger l'absence de mobilité des étudiants
- Effectuer comme indiqué les volumes horaires annoncés dans la maquette s'agissant de certains modules
- Intégrer des modules sur la publicité et le marketing digital
- Se mettre en règle avec certaines institutions sociales

## **9. Recommandation à l'ANAQ**

Assister l'établissement à corriger ses faiblesses pour se mettre aux normes requises .

## **10. Proposition de décision**

**Accréditation refusée**