

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'évaluation externe du
programme de Licence en
« Commerce International et Marketing »
de l'Institut Privé de Gestion (IPG)**

L'équipe d'évaluation :

- Pr Mouhamed El Bachir WADE, Président
- Mr Ababacar DIENG, Membre
- Pr Fatou Diop SALL, Membre

Signature :

Pour l'Equipe, le Président

Juin 2015

Table des matières

Introduction	3
1. Présentation de l'IPG et du programme	3
2. Analyse du rapport d'auto-évaluation	4
3. Description de la visite à l'IPG.....	5
4. Appréciation du programme au regard des standards de l'ANAQ-Sup	6
5. Points Forts	10
6. Points Faibles	11
7. Recommandations à l'attention de l'établissement.....	12
8. Proposition de décision	12
Annexe :.....	13

Introduction

L'Institut Privé de Gestion (IPG) a présenté à l'ANAQ – SUP un rapport d'auto – évaluation du programme Commerce International et Marketing en vue d'obtenir une accréditation au près de l'Autorité Nationale d'Assurance Qualité (ANAQ SUP) du Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche.

L'ANAQ-SUP a désigné une équipe d'experts évaluateurs externes composée du Pr Bachir WADE Président, Pr. Fatou Diop Sall et de Mr Ababacar DIENG, pour procéder à l'évaluation du programme.

Le mardi 09 juin 2015, l'équipe a effectué une visite à l'IPG en vue d'évaluer le programme de licence en commerce international-marketing selon les standards d'assurance qualité de l'ANAQ-Sup.

Ce présent rapport est établi par l'équipe d'évaluateurs externes conformément au format de présentation recommandé par l'ANAQ – Sup.

1. Présentation de l'IPG et du programme

✓ Présentation de l'Institution

L'Institut Privé de Gestion (IPG) a été créé en 1981 et reconnu d'utilité publique par le Décret N°88255 du 10 mars 1988.

L'Institut Privé de Gestion est constitué de deux entités : IPG « Institut Privé de Gestion » qui forme des gestionnaires à plusieurs niveaux et ISTI « institut supérieur de technologies industrielles » qui forme des techniciens, des techniciens supérieurs et des ingénieurs dans les domaines de l'industrie et de l'informatique.

L'objectif du Groupe IPG/ISTI est de promouvoir la formation initiale et la formation permanente au service de cibles variées (étudiants, cadres moyens, cadres supérieurs) provenant de pays africains.

Ainsi les missions du Groupe se déclinent comme suit :

- Développer des compétences en formation initiale et en formation continue
- Favoriser les apprentissages aux plans techniques et comportementaux.
- Mettre les étudiants en situations de responsabilité au niveau des entreprises pour la mise en pratique des compétences
- Favoriser la découverte et la communication
- Expérimenter des innovations par des cas concrets

✓ Présentation du programme Licence Commerce International et Marketing

Le programme Licence Commerce International et Marketing est en parfaite adéquation avec le système LMD (Licence, Master et Doctorat).

La maquette est divisée en Unités d'Enseignements (UE) et comporte trois (03) types d'UE qui sont les suivantes:

- UE obligatoires et fondamentales
- UE transversales ou méthodologie
- UE libres et UE d'ouverture

Le parcours de Licence de CIM forme des cadres opérationnels dans les métiers du Commerce International et du Marketing (Distribution, Merchandising et Force de Vente), de la communication, de la planification commerciale et marketing

Le but du programme de formation est de permettre aux diplômés d'acquérir des habiletés commerciales, marketing et la maîtrise des opérations de management du commerce international. De ce fait le diplômé saura élaborer un projet tutoré ou un rapport de stage, optimiser le timing. Le diplômé sera doté d'outils et techniques d'analyse du marché, de mise en place de plan opérationnel, d'expression orale, écrite et corporelle, de communication, etc.

Aussi la formation en CIM professionnel est renforcée par des spécialisations telles que le transport logistique et le marketing communication.

Les caractéristiques de la Licence Commerce International et Marketing sont indiquées ci-dessous :

INTITULE	CONTENU
Nom de la formation	Licence Professionnelle Commerce International et Marketing
Domaine	Sciences Économiques-Droit et Gestion
Spécialité	Commerce International et Marketing (CIM)
Cycle	Licence (L1, L2, L3)
Nombre de crédits du programme	180 crédits
Volume horaire :	3600 heures
Détails des UE	Voir tableau annexe 1
Site web du groupe IPG-ISTI	www.ipg-isti.com
Email :	ipg-isti@ipg-isti.com ; ipg@orange.sn ; information@ipg-isti.com

2. Analyse du rapport d'auto-évaluation

Le présent rapport d'auto évaluation du programme de Marketing publicité et communication présenté par l'IPG comprend deux parties, avec des annexes

- La présentation générale de l'Institut et de la formation

- L'analyse du programme de formation

Pour rédiger ce rapport, l'IPG a adopté une approche méthodologique qui se veut objective afin d'avoir un meilleur aperçu des forces et des faiblesses pour davantage améliorer la formation. Cette approche a consisté, dans un premier temps, à la collecte de données à travers une analyse documentaire, des observations, et des enquêtes auprès des acteurs. En deuxième lieu, il a été procédé à une analyse et interprétation objectives des données en relation avec le référentiel d'évaluation de programme de l'ANAQ SUP qui a servi de guide durant tout le processus. Dans l'ensemble, selon l'IPG, cette option a permis d'identifier beaucoup d'éléments positifs dans la formation qu'offre le programme tels que : la recherche de l'excellence et de la qualité dans la formation de cadres directement employables à la sortie, le respect des textes du système LMD, l'aspect pratique de l'enseignement.

A la lecture du rapport d'auto-évaluation du programme de licence professionnelle Commerce International et Marketing présenté, on note une volonté des responsables de l'IPG de suivre le référentiel d'évaluation de programme de l'ANAQ Sup, de fournir les éléments de preuves demandées et de manière générale se conformer aux standards de l'ANAQ-Sup.

Mais plusieurs insuffisances sont notées particulièrement dans le contenu des programmes de formation et la gouvernance. Les insuffisances notées par rapport aux standards de l'ANAQ-Sup et les recommandations formulées sont indiquées au point 5 du présent rapport.

3. Description de la visite à l'IPG

3.1 Organisation et déroulement de la visite

La visite à l'IPG a eu lieu le mardi 09 juin 2015 à 09H00. L'équipe d'évaluateurs de l'ANAQ-SUP a été reçue par le Directeur de l'IPG, en présence des responsables intervenant dans le programme Licence Professionnelle Commerce International et Marketing (Liste de présence annexe 2)

A l'issue des présentations, Pr. Bachir WADE le Président, a indiqué les objectifs de la mission d'évaluation.

La Direction de l'IPG a ensuite fait la présentation de l'Institution et du programme, suivie d'échanges fructueux au cours desquels plusieurs documents ont été demandés. Cette rencontre qui a pris fin à 12H00 a également permis de valider l'agenda de la journée, indiqué en annexe 3 du rapport.

3.2- Appréciation de la visite à l'IPG

La visite IPG s'est déroulée dans d'excellentes conditions, et aucune difficulté n'a été notée. L'équipe d'experts, remercie vivement la direction de l'IPG pour son accueil chaleureux et la facilitation de bonnes conditions de travail.

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

Champs d'évaluation 1 : Objectifs et mise en œuvre du programme d'études

Standard 1.01 : Le programme d'études est régulièrement dispensé.

Depuis sa création en 2008/2009, le programme a sorti 6 promotions.

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

Standard 1.02: 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.

Le plan de développement a été présenté mais le document officiel n'a pas été remis à l'équipe.

Les objectifs de formations visés à travers le programme, s'inscrivent dans le plan de développement dont les objectifs spécifiques sont de dispenser une formation qualifiante et professionnalisante en Commerce International et Marketing, et d'orienter cette formation vers la satisfaction des besoins des marchés nationaux et internationaux.

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

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.

L'IPG a recours à des professionnels qui participent dans l'enseignement et dans l'élaboration du programme mais la relation avec le monde du travail devra être élargie et des conventions de partenariat, stage /insertion, signés pour faciliter le placement d'un grand nombre de stagiaires compte tenu des effectifs en position de stage.

Les partenariats devraient être beaucoup plus ciblés et orientés également vers les organisations professionnelles du secteur des services qui permettent d'accéder à un plus grand nombre d'entreprises correspondant au profil de la formation, offrant ainsi beaucoup plus de débouchées aux étudiants.

Appréciation globale sur le standard : PARTIELLEMENT ATTEINT

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

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

L'IPG a mis en place un organigramme qui définit les différentes structures qui composent la gouvernance de l'institut : Administrateur Général, Conseil Pédagogique et Scientifique, Conseil de Département de travail etc..

Tous les documents officiels tels que le règlement intérieur, les notes d'information, le texte sur le LMD

sont publiés et portés à la connaissance des concernés, les PER, PATS et étudiants, par le biais d'affichage et par e-mail pour une large diffusion

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.

Le Personnel d'Enseignement et de Recherche participe activement à la conception, au développement du programme d'études car il participe aux conseils départemental, pédagogique et scientifique et forment l'essentiel des managers d'unité d'enseignement.

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

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.

Le comité d'assurance qualité est créé dans l'institution et figure même dans l'organigramme.

Seulement, le comité n'est pas encore intervenu dans tout le processus d'évaluation du programme de la licence Commerce international et marketing et aucun document d'évaluation du programme par la cellule n'a été fourni.

Appréciation globale sur le standard : NON ATTEINT

Champs 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.

La maquette du programme répond aux standards LMD. Cependant elle peut être améliorée sur la forme. La formation favorise le développement de l'esprit entrepreneurial avec des modules sur la création d'entreprise et des mises en situation à l'entrepreneuriat.

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

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 permet d'acquérir les connaissances nécessaires à une formation en marketing et commerce international orientée vers une insertion professionnelle. Les enseignements sont organisés avec des volumes horaires bien répartis entre cours théoriques, travaux dirigés, travaux pratiques, projets et travail personnel de l'étudiant. De plus, des salles de TD et TP fonctionnelles sont mises à la disposition des

étudiants. Les évaluations se font à mi-parcours et à la fin des modules.

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

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

Les conditions d'obtention des attestations et des diplômes académiques sont fixées. Les textes en vigueur sont affichés pour une large diffusion.

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.

Le taux de réussite est satisfaisant. Il est d'environ 85 à 93 % chaque année depuis le démarrage du programme. A la fin de chaque année académique, le service de la Scolarité de l'Institut dresse un tableau des statistiques avec les taux de réussite, d'échec et de rétention. En vue de faciliter la progression des étudiants, un système de tutorat de remédiation (fellowship, alumni), de mise à niveau ou d'approfondissement a été mis en place.

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

Champs 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 est composé d'universitaires et de professionnels parmi lesquels on peut citer, un professeur titulaire de rang exceptionnel, des maîtres assistants, docteurs et des doctorants dont certains sont du domaine Marketing et Commerce International. Des contrats de vacations (aux non permanents) au prorata du nombre d'heures effectués ou bien annuels sont proposés.

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.

Les contrats des enseignants ne stipulent pas la répartition de l'activité d'enseignement. Ils n'ont aucune activité de recherche.

Le recrutement d'enseignants permanents pourrait permettre de prendre en compte les tâches de recherche et d'administration qui incombent aux PER.

Appréciation globale sur le champ : NON ATTEINT

Standard 4.03 : La mobilité du PER est possible.

Le PER est constitué d'enseignants permanents, de vacataires et de professeurs associés.

Grace au partenariat avec l'université Moncton dans le New Brunswick l'Institut bénéficie de l'intervention d'un professeur de ladite université. L'Institut bénéficie également d'échange d'enseignants avec la Faculté des Sciences et Techniques (FAST) de l'Université Cheick Anta DIOP grâce à la convention cadre de coopération signée en février 2013.

Cependant la mobilité devrait être davantage encouragée et développée au niveau international.

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT PARTIELLEMENT

Champs d'évaluation 5 : Étudiant(e)s

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

Les conditions d'admission dans le programme sont publiées et portées à la connaissance des étudiants : affichage, site internet.

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

Standard 5.02 : L'égalité des chances entre hommes et femmes est réalisée à l'entrée et au cours de la formation

L'égalité des chances entre hommes et femmes est réalisée. Il n'y a 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.

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

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

La mobilité est effective et encouragée. La formation permet les échanges d'étudiant(e)s avec d'autres institutions universitaires ; les étudiants du programme de la Licence Professionnelle peuvent continuer leurs études dans divers programmes de formation de divers établissements.

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

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

Le taux d'encadrement est presque de 100%. Le programme de Licence compte vingt-deux (22) enseignants pour un effectif de 30 étudiants. Ainsi, le taux d'encadrement est très élevé car il y'a 1 prof pour un (1) étudiant

Une structure d'accueil et d'encadrement aux étudiants est mise en place.

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

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

Le programme de formation prévoit une mise en stage en entreprise qui permet à l'étudiant d'appliquer les compétences acquises durant la formation. A l'issue du stage en entreprise qui l'étudiant présente un rapport, à soutenir devant un jury.

A la pratique, le nombre des stages d'étudiants est encore limité compte tenu de l'effectif d'étudiants à placer chaque année.

L'IPG gagnerait à développer d'avantage un service d'accueil, d'orientation et de placement des étudiants, par une meilleure structuration et un renforcement des compétences.

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT PARTIELLEMENT

Champs 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.

Les équipements actuels (salle de cours, moyens pédagogiques, bureaux etc ..) de et les ressources financières disponibles permettent d'assurer convenablement l'organisation du programme. Les ressources financières sont essentiellement constituées des frais d'inscription et de scolarité des étudiants.

Un budget annuel est établi chaque année, permettant de suivre les dépenses et revenus.

Appréciation globale sur le standard : ATTEINT

5. Points Forts

- Les points forts relevés de manière générale sont les suivants:
 - L'établissement dispose des infrastructures adaptées (propriétaire du terrain, un immeuble à trois niveaux, un campus social et des possibilités d'extension),
 - L'établissement développe d'une politique de mobilité nationale et internationale des étudiants : mobilité entre établissements mais également des voyages d'études.
 - Son offre de formation est diversifiée et adaptée aux besoins du marché.
 - l'esprit d'entrepreneuriat est encouragé chez les étudiants
 - une politique sociale pour le personnel existe avec la création d'une coopérative d'habitat et d'incitations pour le maintien des anciens collaborateurs ainsi que la présence d'un service médical et d'une auto-école pour les étudiants des œuvres caritatives de différentes natures sont réalisées : offre des bourses pour des cas sociaux mais également au mérite.
 - L'établissement respecte la répartition en genre au niveau des effectifs et des rôles.

- Des projets intéressants sont en train d'être développés comme la mise en place d'une bibliothèque numérique et d'un logiciel de gestion des notes des étudiants.
 - L'établissement dispose d'un système de surveillance opérationnelle avec des caméras qui viennent renforcer le travail des surveillants.
- Les points forts liés au programme sont les suivants :
- La maquette du programme répond aux standards LMD. Les enseignements sont organisés avec des volumes horaires bien répartis entre cours théoriques, travaux dirigés, travaux pratiques, projets et travail personnel de l'étudiant;
 - Le nombre de crédits pour chaque semestre est respecté
 - La formation favorise le développement de l'esprit entrepreneurial avec un module sur les compétences techniques en L3;
 - Le programme permet d'acquérir les connaissances nécessaires à une formation en marketing et commerce international
 - Le programme est orienté vers une insertion professionnelle, donc elle est en adéquation avec les besoins du marché (entreprises et étudiants) ;
 - Les acteurs du milieu professionnel et universitaires sont impliqués dans la conception de l'offre de formation
 - Le taux de réussite dans le programme Marketing et Commercial International est satisfaisant. Il est d'environ 85 à 93 % chaque année depuis le démarrage du programme ;
 - Les conditions d'admission dans le programme sont publiées et portées à la connaissance des étudiants ;
 - Le taux d'encadrement est presque de 100%. Le programme de Licence compte vingt-deux (22) enseignants pour un effectif de 30 étudiants ;

6. Points Faibles

Les points faibles ci-dessous notés sont à améliorer pour permettre à l'établissement et au programme de licence Marketing et Commerce International de disposer d'une assurance qualité élevée:

- Le nombre d'enseignants en gestion parmi les permanents est insuffisant.
- Le responsable du programme doit être un enseignant permanent de la discipline
- Le module création d'entreprise doit être intégré dans le programme

- Le service de placement est à développer davantage.
- Absence d'un laboratoire de langue pour la filière.
- Les étudiants de la filière ne font des stages en entreprise qu'à la fin du cycle, il serait intéressant d'initier une formation en alternance.
- Les cours en Commerce international doivent être renforcés en intégrant des modules comme par exemple les « stratégies d'approches des marchés internationaux », « stratégie logistique en Commerce international », « comportement du consommateur ».
- Les syllabus des professeurs du programme doivent être validés par le responsable du programme.
- Absence de manuel de procédures de la cellule qualité

7. Recommandations à l'attention de l'établissement

- La présence d'enseignants permanents est notée mais le nombre d'enseignants en sciences de gestion parmi les permanents doit être renforcé.
- Le partenariat avec des organisations professionnelles pourrait être développé en sus des partenariats individuels qui sont notés.
- Le service de placement est à développer davantage.
- un laboratoire de langue est un besoin pour la filière.
- Outre les stages en entreprise effectués à la fin du cycle, il serait intéressant d'initier une formation en alternance pour les étudiants de la filière.
- Les cours en Commerce international doivent être renforcés en intégrant des modules comme par exemple les « stratégies d'approches des marchés internationaux », « stratégie logistique en Commerce international », « comportement du consommateur ».
- La présentation de la maquette doit être améliorée dans l'attribution des crédits.
- Les syllabus des professeurs du programme doivent être validés par le responsable du programme
- La cellule qualité doit être plus opérationnelle pour accompagner la licence Marketing et Commerce International.
- L'état des toilettes doit être amélioré et la distinction toilettes- fille/ toilettes-garçon renforcée.

8. Proposition de décision

Accréditation acceptée

Annexe :

Observation de l'IPG

REPUBLIQUE DU SENEGAL

Un Peuple – Un But – Une Foi



MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE

DIRECTION DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR



Institut Privé de Gestion
Institut Supérieur de Technologies Industrielles
L'école des ingénieurs et des gestionnaires par excellence

INSTITUT PRIVE DE GESTION

I. P. G

Site web: <http://www.ipg-isti.com>

Sicap Sacré-cœur II **BP** : 10155 **Tél.** 33 824 28 39

Dakar – Sénégal

RAPPORT D'AUTO-EVALUATION
PARCOURS LICENCE
PROFESSIONNELLE COMMERCE
INTERNATIONAL & MARKETING :
ELEMENTS DE REPONSE

Le Comité de Pilotage de l'auto-évaluation du Groupe IPG-ISTI accuse réception du pré-rapport pour le programme Licence Professionnelle CIM qui a retenu sa meilleure attention. Par conséquent, nous vous remercions vivement de la pertinence de vos remarques et recommandations. A cet effet, nous prenons acte des interrogations (3 standards) soulevées et tenterons d'apporter des solutions.

Ont concouru à la rédaction des éléments de réponse :

ANNEE ACADEMIQUE : 2014-2015

- ✚ Madame Tacko SALL WADE Administrative Coordinator de Grande Cote Operation
- ✚ Frédéric MENSAH, Chief Executive Officer Cabinet de Communication Com'IT
- ✚ Amadou Lamine NIANG Professeur de Droit UCAD
- ✚ Seydou DIA Professeur de langues Université de Thiès
- ✚ Momar DIOP Direction des Etudes
- ✚ Professeur Moustapha KASSE Président du Conseil Scientifique & Technique
- ✚ Komi Directeur Qualité Groupe Cotecna, Membre de la Cellule Assurance Qualité Interne
- ✚ Abdou L. SECK Consultant Professionnel, Ancien Directeur du Cabinet de Communication Dak'Cor
- ✚ Abdoulaye Diagne, Consultant professionnel en Commerce International, Ancien Secrétaire Général de l'Université Gaston Berger de ST-Louis
- ✚ Madame MAME Awa DIAKHATE, PhD, Professeur Université Moncton Canada au groupe IPG-ISTI
- ✚ Moussa Diarra Responsable CIAQ
- ✚ Madame Maimouna Kounta Cellule Assurance Qualité

CHAMPS 1 OBJECTIFS & MISE EN ŒUVRE DU PROGRAMME D'ETUDES

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

Avec la meilleure attention attachée, le Groupe d'auto-évaluateurs a proposé au Conseil Scientifique et Pédagogique de l'Institut des mesures ardues suivantes :

Création d'une **Direction « Relations Entreprises »** qui aura pour mission :

- ✚ Animer des ateliers sur l'appropriation des outils de stage ;
- ✚ d'accompagner les étudiants dans la recherche de stage pour la formation en alternance Ecole/Entreprise ;
- ✚ d'aider à la construction de leur projet professionnel : animation de séminaires en Entrepreneuriat, attribution de tuteurs, mise en relations avec les entreprises pouvant recruter des étudiants à l'IPG.

✚ Facilitation des recherches

&

✚ Multiplication des opportunités

par les liens privilégiés qu'entretient l'Institut avec ses anciens diplômés et ses entreprises partenaires.

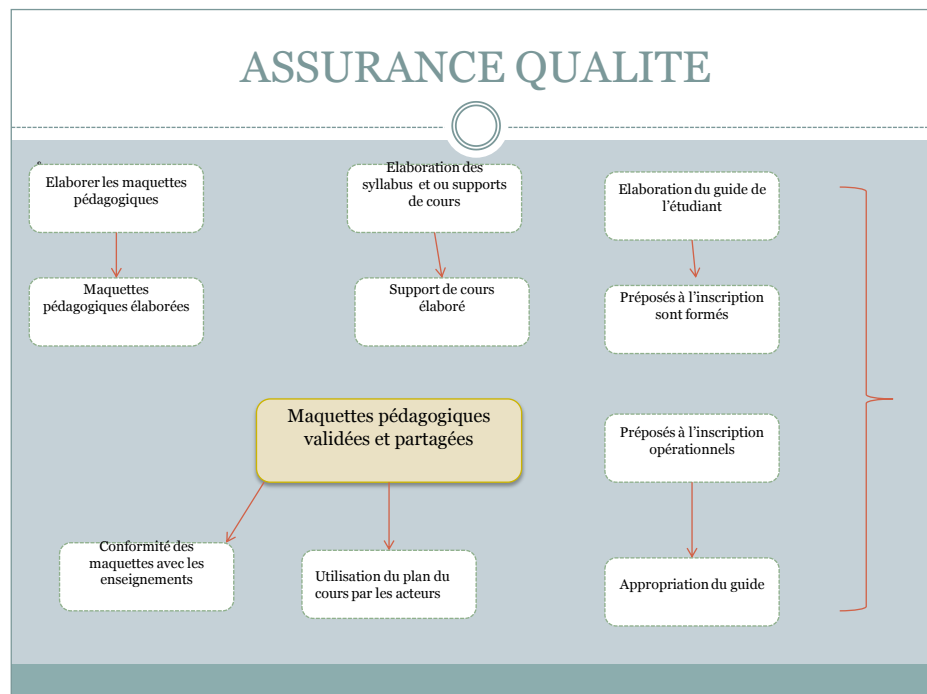
Désormais le groupe IPG-ISTI doit profiter d'ailleurs de son statut de membre de la Confédération Nationale des Employeurs du Sénégal (CNES) pour formaliser les conventions de partenariats avec les entreprises membres : statut membre CNES (Cf. ANNEXE 1 : Courriers de nos partenaires : ASECNA, SENELEC).

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

Par rapport à ce standard, nous prenons acte de vos recommandations. Le dispositif d'assurance qualité connaîtra une meilleure amélioration.

Les résultats et recommandations issus de l'évaluation par les experts de l'ANAQ SUP seront capitalisés et mis en œuvre pour être en phase avec les mesures d'assurance qualité pour cette Licence.

Les outils d'évaluation du programme existent dans notre dispositif (questionnaire d'évaluation des programmes, questionnaire d'évaluation des enseignements).



La problématique de la qualité a mobilisé les énergies au cours des dernières années et s'est déclinée tout au long du processus de mise en œuvre, *les réunions de la CAQI doivent être fréquentes et les Pvs rédigés et diffusés au sein de la communauté.*

Il est noté par rapport à la faiblesse de la cellule que les mesures suivantes seront d'application immédiate :

- Nomination d'un coordinateur de la cellule d'Assurance Qualité (*poste laissé vacant suite à la disparition du Coordonnateur de la Cellule, notre regretté Professeur Monsieur **Momar Marème DIENG***).
- *le Groupe sera doté d'un manuel d'Assurance Qualité. Ensuite, tous les programmes seront dotés de cercle d'Assurance Qualité. Les rapports et PV seront transmis et diffusés aux principaux acteurs.*

CHAMPS 3 PERSONNEL D'ENSEIGNEMENT & DE RECHERCHE (P.E.R.)

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 aux activités d'enseignement et d'administration, est clairement définie par l'administration centrale de l'IPG (cf. ANNEXE 2 : Organisation TP/TD et laboratoire d'études et de recherche).

Pour cette Licence, le groupe dispose de contrats dont les clauses prévoient la répartition des activités d'enseignement (cf. ANNEXE)

La Direction s'engage à procéder à des recrutements d'enseignants pour permettre une meilleure réalisation des tâches.

Standard 4-03 : la mobilité du PER est possible.

Nous avons pris acte de cette recommandation et le Conseil Scientifique va déployer les moyens pour une meilleure mobilité des PER (Université Moncton, Paris Est etc...)

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

Le service de placement qui existe déjà sera érigé en Direction Relations Entreprises.

Voir standard 1.03 Au sein de cette direction il est prévu la mise en place de l'Exécutive Club.

✚ Création de L'Exécutive Club

Pour la Concrétisation des partenariats, l'**Exécutive Club** met en relation les dirigeants des entreprises avec lesquelles le Groupe collabore et partage des valeurs. Se rencontrer pour réfléchir et échanger sur l'actualité sociétale, économique et managériale est une démarche que le Groupe IPG va encourager et dans l'intérêt de tous professionnels et étudiants.

En outre, il est prévu dans le plan d'action 2015/2016, la nomination de Responsable de Programmes par Spécialité conformément aux recommandations des Experts.

Un Laboratoire de Langue existe au sein de l'Institut ; le matériel vient d'être livré et les locaux déjà aménagés ; il sera fonctionnel à partir de la rentrée 2015 / 2016.

Le dispositif de sécurité sera renforcé d'extincteurs.

La CIAQ dispose d'outils issus du partenariat avec la coopération canadienne. Ces outils lui permettent de faire l'évaluation administrative et pédagogique des programmes. Cependant ces outils seront adaptés et structurés dans un manuel de procédure interne de la CIAQ.