

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'ENSUP AFRIQUE**

**L'équipe d'évaluation :**

- Dr. Mamadou KOUME, Président
- Dr. Amadou Sidy Aly BA, Membre
- M. Bocar Samba NDIAYE, Membre

**Signature :**

**Pour l'Equipe, le Président**

**Novembre 2016**

## Table des matières

<b>Introduction .....</b>	<b>3</b>
<b>1. Présentation de l'EPES et du programme évalué .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Description de la visite sur le terrain.....</b>	<b>4</b>
<b>3. Avis sur le rapport d'auto-évaluation .....</b>	<b>4</b>
<b>4. Appréciation de l'ENSUP au regard des standards de qualité de l'ANAQ-Sup.....</b>	<b>4</b>
<b>5. Points forts du programme.....</b>	<b>9</b>
<b>6. Points faibles du programme .....</b>	<b>9</b>
<b>7. Appréciations générales du programme .....</b>	<b>10</b>
<b>8. Recommandations à l'Etablissement.....</b>	<b>10</b>
<b>9. Recommandations à l'ANAQ SUP .....</b>	<b>11</b>
<b>10. Proposition de décision : .....</b>	<b>11</b>

## **Introduction**

Par décision n°043 en date du 15 juillet 2016 de l'Autorité Nationale d'Assurance Qualité de l'Enseignement Supérieur (ANAQ – SUP) portant désignation d'experts externes dans le cadre de l'accréditation de programmes dans les Etablissements Privés d'Enseignement Supérieur (EPES), l'équipe d'évaluateurs, sous la présidence du Dr. Mamadou KOUME, s'est rendue le 27 juillet 2016 à l'ENSUP/AFRIQUE, sise à Liberté 6 extension, en face du Camp Leclerc, villa 205.

L'objectif de cette visite était d'évaluer la **Licence Marketing Communication** en vue de s'assurer que ce programme était en conformité avec les standards définis par l'ANAQ – SUP pour son accréditation.

L'équipe d'experts a été accueillie par le Directeur Général M. Ibrahima MBENGUE en présence de quelques membres de son staff avant de les installer dans une salle où se sont déroulés une partie des travaux.

### **1. Présentation de l'EPES et du programme évalué**

L'ENSUP AFRIQUE est un établissement privé d'enseignement supérieur qui a obtenu son agrément provisoire par lettre n°142/MESR/DGES/DESP/DSQ/fi du 30 mai 2007. L'agrément définitif est enregistré sous le numéro 142/MESR/DGES/DESPDSQ/fi et couvre tous les programmes de l'établissement autorisés par le Ministère en charge de l'Enseignement supérieur.

L'ENSUP AFRIQUE est située à Liberté 6 extension en face du Camp Leclerc et occupe des locaux spacieux propices à une formation de qualité avec des affichages qui donnent une bonne impression à l'extérieur.

Parmi ses objectifs, il est question de renforcer les compétences dans les domaines de la gestion stratégique, de la gestion de la qualité et des enseignements. L'établissement a mis en place un plan stratégique 2015–2020 pour s'assurer de la garantie de la continuité de la formation. Elle compte environ 3480 étudiants toutes filières confondues et a signé des conventions avec des collectivités locales qui y envoient des étudiants (1/3 environ) en leur attribuant une bourse. L'ENSUP AFRIQUE a mis en place une "politique sociale" avec un coût de scolarité compétitif (50 000frs par mois) et la moitié des 2/3 des étudiants restants paie moitié prix.

L'ENSUP AFRIQUE compte un personnel d'environ 40 employés dont la majorité est formée de ses anciens étudiants.

Pour atteindre ses objectifs, l'ENSUP AFRIQUE a mis en place une cellule interne d'assurance qualité (CIAQ) depuis le 06 février 2015 qui a pour mission d'impulser une nouvelle dynamique en harmonie avec les recommandations de l'ANAQ–SUP pour accréditer les programmes.

La licence Marketing–Communication a démarré en 2012 et est à sa 3<sup>ème</sup> promotion (2014 - 2015 -2016).

## 2. Description de la visite sur le terrain

- *Organisation et déroulement de la visite*

L'équipe d'experts évaluateurs de l'ANAQ–SUP a été installée dans la salle réservée à cet effet à 09 heures. Après la présentation de l'équipe d'experts par son président qui a décliné les objectifs de la mission de l'ANAQ – SUP.

Il a ensuite donné la parole à M. MBENGUE le Directeur de l'ENSUP/AFRIQUE qui a présenté son staff avant de permettre au Président de proposer l'agenda de la journée. Sa proposition été adoptée à l'unanimité.

Le Directeur a présenté par vidéo projecteur, un résumé du rapport d'auto – évaluation qui n'était pas en notre possession, standard par standard.

A l'issue de cette présentation, des preuves ont été demandées et des critiques formulées notamment sur les maquettes présentées. Des discussions intéressantes ont suivi dans une bonne ambiance parce que tous persuadés que nous avons le même but qui est de garantir la qualité dans l'enseignement supérieur.

## 3. Avis sur le rapport d'auto-évaluation

Le rapport d'auto – évaluation envoyé à l'ANAQ – SUP n'est pas en réalité la bonne version du programme de la licence marketing – communication à évaluer. Il y a eu confusion, une autre version du document nous est parvenue. Le Directeur a tenu à présenter ses excuses aux membres de l'équipe d'évaluation. Nous avons reçu en lieu et place le rapport auto-évalué avec des éléments relatifs à la licence comptabilité – gestion financière.

Mais au cours de la présentation faite par le Directeur que nous avons eu connaissance de la version du rapport d'auto-évaluation.

## 4. Appréciation de l'ENSUP au regard des standards de qualité de l'ANAQ-Sup

### **Champ 1 : Objectifs et mise en œuvre du programme d'études**

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

**Appréciation globale sur le standard : ATTEINT**

Le programme évalué a ouvert en 2012. Des PV de délibération et de soutenance nous ont été présentés prouvant ainsi l'assiduité du programme dispensé depuis sa mise en place.

**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.***

**Appréciation globale sur le standard : ATTEINT**

Les documents consultés ainsi que le rapport d'auto-évaluation donnent une idée des objectifs généraux et spécifiques liés aux programmes Licence Marketing Communication. Les objectifs de formation visés à travers le programme, s'inscrivent dans le plan de développement dont les objectifs spécifiques sont de dispenser une formation qualifiante en Marketing-Communication.

**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 : ATTEINT**

L'ENSUP Afrique dispose de beaucoup de professionnels spécialisés intervenant dans le programme évalué. Les relations avec le monde professionnel sont réelles et encourageantes. Ces relations sont formalisées à travers des conventions de partenariat avec des entreprises, des collectivités locales et des associations. Toutefois, L'ENSUP gagnerait à nouer davantage des partenariats avec des organisations évoluant dans le domaine du marketing-communication. Il n'y a pas assez d'éléments factuels prouvant l'implication des professionnels dans l'élaboration du programme. Sur certains PV de réunion, il manque la signature des professionnels supposés assister aux rencontres, dans d'autres, les dates semblent être grossièrement ajoutées.

## **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 : PARTIELLEMENT ATTEINT**

Les compétences et les responsabilités sont établies dans l'organigramme. Les fonctions de décision et d'exécution y sont définies voire séparées. Le manuel de procédures administratives et financières est disponible.

Le rôle et les attributions du responsable de la cellule interne d'assurance qualité ne sont pas bien définis et la personne assurant cette responsabilité ne semble pas bien connaître son rôle et ses attributions. Nous avons constaté que la démarche qualité est en phase embryonnaire.

**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 : ATTEINT**

Le personnel d'enseignement et de recherche rencontré affirme avoir participé à l'élaboration du programme. Il existe d'éléments de preuve (PV de réunion de comité pédagogique et conseil scientifique) même si ces derniers ne sont pas forcément signés par toutes les personnes supposées assister aux rencontres.

**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 mais il n'y a pas assez d'éléments indiquant l'état d'avancement des activités.

Les évaluations des enseignements ne sont pas exploitées de manière formalisée pour aider à l'amélioration du programme. Chaque évaluation doit faire l'objet d'un acte administratif avec les résultats et les recommandations.

**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.*

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

La maquette structurée, les plans de cours et les syllabii répondent aux standards du LMD. On note cependant une inadéquation entre l'appellation de certaines UE (culture d'entreprise par exemple) et le contenu des UE autrement dit les EC. Une amélioration est recommandée pour respecter la répartition des heures en CM et TD.

**Standard 3.02.** *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 : 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 dans le domaine du Marketing Communication. Cependant, on observe l'absence de modules tels que la GRC (Gestion Relation Client).

**Standard 3.03.** *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 étudiants sont informés des conditions et des règles d'obtention des attestations et des diplômes.

**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.*

**Appréciation globale sur le standard : ATTEINT**

Le programme maintient un taux de réussite satisfaisant. Les PV de délibération étaient

disponibles. La plupart des membres du personnel administratif et pédagogique sont des diplômés de l'établissement. Les contrats de collaboration ou de travail sont disponibles.

#### **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.***

**Appréciation globale sur le standard : ATTEINT**

Le corps enseignant du programme est composé du PER (un professeur agrégé en sciences de gestion, un professeur en communication, des 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).

**Standard 4.02 *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**

Il n'y a aucune politique relative au développement de la recherche. Les enseignants permanents ne réalisent pas d'activités de recherche et les contrats ne stipulent que les activités d'enseignement.

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

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

Même si l'ENSUP dispose plusieurs conventions avec des établissements d'enseignement supérieur aussi bien au niveau national et qu'international, il n'y a pas de mobilité des enseignants.

#### **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 « flyers » et tableaux d'affichage dans les locaux de l'établissement.

**Standard 5.02. : *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**

Il n'y a pas de mesures discriminatoires aussi bien pour les hommes que pour les femmes.

**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). Nous avons constaté l'arrivée des étudiants ayant fait leur première année de Licence dans d'autres établissements nationaux.

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

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

Le taux d'encadrement est faible compte tenu de la taille des effectifs. L'ENSUP compte environ plus 3400 étudiants. En première année de Licence, les effectifs sont importants. La visite des locaux nous a permis de constater des effectifs souvent pléthoriques dans les salles de cours.

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

**Appréciation globale sur le standard : ATTEINT**

La maquette pédagogique ne prévoit pas une UE relative à la validation des connaissances devant permettre à l'étudiant d'appliquer les compétences acquises durant la formation. Toutefois, les étudiants effectuent des stages en entreprise et réalisent des mémoires soutenus devant un jury. L'établissement dispose un nombre satisfaisant de conventions de partenariat avec les entreprises. L'établissement emploie principalement ses anciens étudiants.

**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 : ATTEINT**

L'institution dispose de locaux répartis en trois campus pédagogiques. Un quatrième campus est cours d'acquisition. L'établissement dispose de plusieurs de salles de cours, plusieurs amphis, d'une salle audiovisuelle, d'une salle informatique, d'une bibliothèque physique et numérique. L'ENSUP dispose également d'un bureau d'accueil et d'orientation, d'un bureau de scolarité, d'une salle des professeurs, de toilettes avec séparation hommes/femmes, des espaces pour les étudiants/restaurant, d'un espace affichage, d'une caisse, d'une infirmerie avec un personnel, de bureaux pour le personnel, de cuisines etc.

L'institut dispose, par ailleurs, d'un logiciel de gestion de notes multi-fonctionnel, de l'accès à internet via wifi à améliorer. Pour son développement, l'ENSUP a acquis un terrain sur la VDN dont la construction est en cours.



## **5. Points forts du programme**

- La maquette structurée, les plans de cours et les syllabii répondent aux standards du LMD ;
- Le programme permet aux étudiants inscrits d'avoir les connaissances fondamentales dans le domaine du Marketing Communication ;
- L'ENSUP Afrique dispose de beaucoup de professionnels spécialisés intervenant dans le programme évalué ;
- Le corps enseignant du programme est composé du PER (un professeur agrégé en sciences de gestion, un professeur en communication, des docteurs) et de professionnels du domaine du Marketing et Communication
- Les relations avec le monde professionnel sont réelles et encourageantes ;
- Ces relations sont formalisées à travers des conventions de partenariat avec des entreprises, des collectivités locales et des associations
- Contrats de collaboration des membres du comité scientifique disponibles
- Contrats de prestations des vacataires disponibles
- Logiciel Gespro multi-fonctions (gestion des notes)
- Bonnes infrastructures (bureaux, salles de cours, amphithéâtres, bibliothèque, espaces d'affichages) ;
- Amélioration prévue des infrastructures avec l'acquisition d'un terrain sur la VDN où seront édifiés d'autres locaux (preuves fournies)
- Espaces verts bien entretenus
- Engagement et dynamisme du dirigeant et de son équipe très jeune ;
- Recrutement très appréciable des diplômés de l'école
- Forte présence féminine dans l'effectif
- Ressources financières disponibles et régularité dans la rémunération du personnel.

## **6. Points faibles du programme**

- Inadéquation entre appellation de certaines UE (culture d'entreprise) et contenu des UE autrement dit les EC ;
- PV parfois non signés par des membres présents ; et « anti-datés » ;
- Absence de modules Multi-média ;
- Absence de modules relatifs à la Gestion Relation Client (GRC) ;
- Signature des attestations par la responsable pédagogique au lieu du directeur des études (après entretien avec la responsable pédagogique) ;

- Démarche qualité en phase embryonnaire, non définition du rôle et des attributions du responsable CIAQ ;
- Absence de la politique de recherche ;
- Faiblesse au niveau des mesures sécuritaires ;
- Pour certains cours, le volume horaire annoncé dans la maquette ne correspondant pas au volume horaire effectué ;
- Méconnaissance du programme de cours (contenu de la maquette) par les étudiants ;
- Absence des étudiants au Conseil d'établissement ;
- Absence de couverture sociale pour le personnel régulièrement recruté.

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

Notre évaluation a porté sur le programme d'études de la licence Marketing Communication, préparé par l'ENSUP Afrique qui est un établissement privé d'enseignement supérieur. L'ENSUP Afrique dispose d'une gouvernance académique qui respecte des indications du Conseil Africain et Malgache pour l'Enseignement Supérieur. Il a reçu un agrément d'ouverture enregistré sous le numéro 142/MESR/DGES/DESPDSQ/ délivré par le Ministère de l'Enseignement supérieur en 2007.

Le programme d'études de la licence en Marketing Communication obéit globalement aux formats du système LMD même si la composition des UE doit être améliorée pour plus de cohérence entre les UE et les EC. Le programme a sorti des promotions de diplômés. L'équipe pédagogique pourrait être renforcée par des enseignants chercheurs en Sciences de Gestion.

Les infrastructures et les équipements pédagogiques sont très appropriés pour le déroulement du programme d'études.

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

- PER à améliorer avec des enseignants-chercheurs spécialisés en Marketing-Communication ;
- Revoir les appellations de certaines UE pour une meilleure adéquation entre ces dernières et les EC ;
- Améliorer la répartition du volume entre les CM et TD ;
- Introduire des modules tels que la Gestion relation client, Multi média ;
- Redéfinir les rôles et missions de la CIAQ et du responsable ;
- Améliorer le débit internet.

## **9. Recommandations à l'ANAQ SUP**

- Conseiller l'établissement en vue d'une amélioration sur les points jugés faibles par les experts.

## **10. Proposition de décision :**

### **ACCREDITATION**