

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 ET GESTION COMMERCIALE
DE L'INSTITUT DE FORMATION EN ADMINISTRATION ET EN
CREATION D'ENTREPRISES (IFACE) DE LA FACULTE DES
SCIENCES ECONOMIQUES ET DE GESTION (FASEG) DE
L'UNIVERSITE CHEIKH ANTA DIOP DE DAKAR**

L'équipe d'évaluation :

- Pr. Ibrahima THIAM, Président
- Dr. Mamadou Diouma DIALLO, Membre
- M. Samba Mintou SEYE, Membre

Signature :

Pour l'Equipe, le Président

Septembre 2017

Table des matières

Introduction	3
1. Présentation de l'Institution et du programme évalué.....	3
2. Avis sur le rapport d'autoévaluation	4
3. Description de la visite sur le terrain.....	5
4. Appréciation du programme au regard des standards de qualité de l'ANAQ-Sup	7
5. Points forts du programme	13
6. Points faibles du programme.....	13
7. Appréciations générales du programme	13
8. Recommandations à l'Etablissement	14
9. Recommandations à l'ANAQ	14
10. Proposition de décision.....	14

Introduction

L'Institut de Formation en Administration et en Création d'Entreprises (IFACE) a présenté un rapport d'auto-évaluation auprès de l'ANAQ-SUP en vue de l'accréditation du diplôme de licence en Marketing et Gestion Commerciale (MGC). L'ANAQ-SUP a désigné l'équipe d'Experts ci-dessous pour mener l'évaluation externe dudit programme:

- Pr. Ibrahima THIAM, Président
- Dr. Mamadou Diouma DIALLO, membre
- M. Samba Mintou SEYE, membre

La visite a eu lieu le vendredi 05 mai 2017 de 9h à 18h. La rédaction du rapport a été effectuée par l'équipe qui a suivi le format tel que recommandé par l'ANAQ-SUP.

1. Présentation de l'Institution et du programme évalué

1.1 Présentation de l'IFACE

L'Institut de Formation en Administration et en Création d'Entreprise (IFACE) a été créé en 1994 au sein de la Faculté des Sciences Economiques et de Gestion de l'UCAD « pour répondre à une demande spécifique en matière de formation professionnalisante ». Ainsi, l'IFACE est lancé avec quatre formations de base à savoir un de premier cycle (le DUG) et trois de troisième cycle (DESS, AUDIT, FINANCE, CAE,). Depuis lors, les filières se sont diversifiées et le système LMD a été adopté.

L'IFACE, sous le couvert de la Faculté des Sciences Economiques et Gestion, décerne les diplômes suivants :

Diplôme Universitaire de Gestion (BAC+2)

- ✓ Formation Initiale (Cours du Jour)
- ✓ Formation continue (Cours du soir)

Licence Professionnelle en Sciences de Gestion (Cours du Jour)

- ✓ Option : Marketing / Communication; Finance / Comptabilité

Licence Professionnelle en Sciences de Gestion (Cours du Soir)

Options: Finance / Comptabilité; Création d'Entreprise et Gestion de Projets ; Marketing et Gestion Commerciale ; Banque et Institutions Financières ; Gestion des Ressources Humaines.

Master Professionnel en Sciences de Gestion (Cours du jour)

Spécialités: Finance; Audit - Contrôle de Gestion ; Banque et Institutions Financière ; Création d'Entreprise et Gestion de Projets ; Marketing et Gestion Commerciale ; Gestion des Ressources Humaines ; Finance Islamique ; MBA / CAE.

L'objectif principal de l'IFACE est de développer une offre professionnalisante en Gestion des entreprises afin d'assurer à ses étudiants et auditeurs une bonne insertion professionnelle.

Les enseignements de l'IFACE sont essentiellement ceux de la FASEG. Les PATS sont composés principalement de contractuels. L'Institut dispose de locaux propres.

1.2 Présentation du programme de licence en Marketing et Gestion Commerciale

Le programme de licence Professionnelle en Sciences de Gestion : Option Marketing et Gestion Commerciale (MGC) a été créée à l'IFACE en 2004 avec une vingtaine d'étudiants. Il est ouvert aux étudiants titulaires d'un Bac + 2 dans les sciences de Gestion ou tout autre diplôme jugé équivalent. Les principaux objectifs de ce programme est de favoriser l'acquisition de connaissances permettant aux apprenants de maîtriser l'environnement de l'entreprise (i) ; maîtriser les fondamentaux du marketing et de la gestion commerciale (ii); mettre en œuvre les démarches (Méthodes et Outils) d'élaboration d'un plan marketing et d'actions commerciales (ii) et maîtriser les aspects conceptuels du domaine (iv). La formation donne aussi aux apprenants l'opportunité de poursuivre des études pour le Master Professionnel, mais aussi la possibilité d'intégrer le monde professionnel.

Suivant le dispositif du système LMD, le programme est organisé en semestres. Les principales Unités d'enseignement de la licence Marketing et Gestion Commerciale de l'IFACE pour les semestres 5 et 6 sont : Gestion des organisations (i), fondements du marketing (ii), marketing stratégique (iii), marketing opérationnel (iv). Les étudiants doivent également faire un rapport de stage ou rédiger un projet en fin de cycle.

2. Avis sur le rapport d'autoévaluation

Le rapport d'auto-évaluation présenté, sous fichier Word, comprend 54 pages avec les annexes. Le document est structuré en trois principaux points. Après l'introduction, la première partie décrit le programme en commençant par la présentation de l'UCAD, de la FASEG et de l'IFACE. S'agissant du programme, l'accent est mis sur les objectifs, la cible et sur le contenu de la maquette pédagogique. La deuxième partie (la plus importante) est consacrée aux

différents champs d'évaluation suivant le référentiel programme de l'ANAQ-SUP. La troisième partie effectue la synthèse de l'auto-évaluation par le comité de pilotage du rapport. Des annexes, comme éléments de preuve, ont été également joints au rapport d'auto-évaluation. Des informations additionnelles ont pu être consultées sur place. Le rapport est dans l'ensemble bien rédigé mais souffre de quelques insuffisances notamment sur la forme.

3. Description de la visite sur le terrain

- Organisation et déroulement de la visite

Les travaux ont démarré à 9 heures avec l'équipe qui est en charge de l'administration du programme, en présence du Directeur des études de l'IFACE et du représentant de la Cellule Interne d'Assurance Qualité (CIAQ) de l'UCAD. Après, le mot de bienvenue à l'équipe d'experts, les travaux ont commencé par les présentations des participants. Le Président de l'équipe des experts, a ainsi rappelé l'objet de la visite en insistant sur le rôle de l'ANAQ-SUP et des évaluateurs.

Après ces précisions, la présentation de l'IFACE et du programme de licence en Marketing et Gestion Commerciale est faite par le Directeur des études de l'IFACE.

Les discussions des deux parties sur la présentation ont permis d'éclaircir certains points notamment sur le contenu de la maquette pédagogique, l'implication des intervenants pour la mise en œuvre du programme et l'accompagnement des étudiants dans la recherche de stages et d'emplois.

L'équipe d'experts a reçu par la suite les autres composantes de l'IFACE à savoir les enseignants, les PATS et les étudiants (voir liste de présence en annexe).

La discussion avec les enseignants a porté essentiellement sur leur niveau de qualification et d'implication pour la mise en œuvre du programme. Les enseignants rencontrés sont qualifiés scientifiquement mais l'équipe d'experts n'a pas senti une forte implication pour le programme évalué. L'IFACE vient après les cours obligatoires à la FASEG où ils sont officiellement recrutés.

La rencontre avec les PATS montre un engagement du personnel technique et de service pour une mise en œuvre efficace du programme. Les échanges ont porté principalement sur l'organisation des examens et sur le logiciel de gestion des parcours des étudiants, sur la documentation et sur les mesures pour l'insertion des étudiants. Les discussions montrent que

l'essentiel des PATS sont des contractuels notamment le Responsable Administratif et Financier et le Responsable pédagogique.

S'agissant des étudiants, les échanges ont porté sur la formation reçue et les mesures mises en place pour leur insertion. Les étudiants souhaitent un accompagnement plus significatif en ce qui concerne l'insertion. Ils ne sont pas bien informés du dispositif mis en place pour les aider à trouver des stages notamment.

La troisième étape a consisté à visiter les locaux, en particulier les parties qui ont un lien direct avec le programme. L'équipe d'experts a pu visiter ainsi les bureaux de l'Administration et les salles de cours, la salle de documentation, la salle informatique, ...

Les experts évaluateurs se sont retrouvés pour faire la synthèse de la journée en particulier sur les points forts et les points à améliorer pour le programme de la licence Marketing et Gestion Commerciale. Cette synthèse a fait l'objet d'une restitution orale en présence du Directeur des études

La visite a pris fin à 18h.

- **Appréciation de la visite**

La visite s'est bien passée. Les échanges se sont déroulés dans un cadre de collaboration.

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

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

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

Appréciation globale du standard

Le programme de licence en Marketing et Gestion Commerciale est dispensé depuis 2004 à l'IFACE. Le programme a sorti plusieurs promotions. L'équipe d'expert a pu voir les procès-verbaux des délibérations.

Conclusion 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.*

Appréciation globale du standard

Le programme de licence en Marketing et Gestion Commerciale est en cohérence avec les objectifs de l'IFACE. Le programme vise à former des étudiants sur les techniques de marketing et de la gestion commerciale capables de maîtriser l'environnement de l'entreprise, de mettre en place les démarches d'élaboration d'un plan marketing et d'action commerciale et de maîtriser les aspects conceptuels du domaine.

Conclusion 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.*

Appréciation globale du standard

L'équipe d'expert n'a pas remarqué une implication significative des professionnels dans la mise en œuvre du programme de licence en Marketing et Gestion Commerciale de l'IFACE. Des efforts sont donc nécessaires à ce niveau pour améliorer l'adéquation formation-emploi.

Conclusion sur le standard : Non atteint

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 du standard

Toutes les personnes concernées par le programme (enseignants, étudiants et personnel administratif) sont tenues informées de leurs prérogatives et responsabilités.

Conclusion 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.*

Appréciation globale du standard

Les enseignants rencontrés sont impliqués dans les délibérations et la mise en œuvre du programme. L'équipe d'expert a pu consulter sur place les PV de délibération et constater la participation effective des enseignants dans la mise en œuvre du programme. Toutefois, des efforts sont nécessaires, surtout par rapport aux enseignants professionnels.

Conclusion 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.*

Appréciation globale sur le standard

Il existe une cellule interne d'assurance qualité au niveau central ainsi qu'une cellule sectorielle au niveau de la FASEG. Mais au niveau de l'IFACE, malgré l'existence d'un conseil pédagogique, les experts n'ont pas eu assez d'informations sur les mesures d'assurances qualité en rapport avec le programme évalué. Aussi, il est prévu une évaluation des enseignements par les étudiants mais cette mesure n'est pas encore effective.

Conclusion sur le standard : Non atteint

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 du standard

Le programme de licence en Marketing et Gestion Commerciale dispose d'une maquette qui respecte les exigences du système LMD. Toutefois, la maquette est très déséquilibrée du point de vue des contenus, car les enseignements des quatre semestres (L1 et L2) sont des tronc communs et pas en prises avec les objectifs du programme. Les syllabi de cours sont quasi inexistantes et doivent également être améliorés et harmonisés pour tous les enseignements.

Conclusion sur le standard : Non 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.*

Appréciation globale du standard

Le programme d'études tente de couvrir les aspects principaux de la discipline. Toutefois, le contenu doit être amélioré pour mieux prendre en compte les besoins du marché du travail. Certaines matières importantes n'y figurent pas notamment « marketing direct », « CRM », « négociation commerciale » et « gestion de stock » etc. La spécialisation se fait vers la fin de la formation. La maquette est aussi peu pertinente dans sa structuration et peu équilibrée par rapport à l'orientation de la formation. Le programme se propose de former dans les domaines du Marketing et de la gestion commerciale sur une période de trois (3) ans et ne fait démarrer véritablement les enseignements dans ces domaines qu'en Licence 3. Objectivement, il est difficile de former sur une durée aussi courte (1 an), voire sur un seul semestre des personnes compétentes dans le domaine du Marketing et de la gestion commerciale.

Aussi la politique de l'insertion des étudiants doit être améliorée.

Conclusion sur le standard : Non atteint

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

Appréciation globale du standard

Les conditions d'obtention des attestations et des diplômes académiques sont réglementées et connues de tous les étudiants.

Conclusion 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.

Appréciation globale du standard

Les taux de réussite sont globalement satisfaisants (90 à 95%).

Conclusion sur le standard : Atteint

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 du standard

Le corps enseignant dispose des qualifications requises pour dispenser un enseignement dans les établissements d'enseignements supérieurs. Le programme est dirigé par un professeur titulaire en sciences de gestion. Il manque toutefois, l'apport de professionnels pour donner une dimension professionnalisante à la formation. Lors de notre rencontre avec les étudiants, ces derniers ont regretté le fait que les enseignements dispensés soient trop théoriques et moins axés sur la pratique. L'établissement gagnerait à professionnaliser davantage la formation.

Conclusion 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.

Appréciation globale du standard

Il existe un cahier des charges qui définit le volume horaire des différents intervenants et leur niveau de responsabilité.

Conclusion sur le standard : Atteint

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

Appréciation globale sur le standard

Les enseignants de l'IFACE sont principalement ceux de la FASEG qui bénéficient de voyages d'études et de programmes de mobilité. Toutefois, des efforts sont nécessaires pour la mobilité en rapport avec le programme.

Conclusion sur le standard : Atteint

Champ d'évaluation 5 : Étudiant(e)s

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

Appréciation globale sur le standard

Les conditions d'admission sont publiées et connues par les acteurs.

Conclusion sur le standard : Atteint

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

Appréciation globale du standard

L'effectif des femmes est plus important que celui des hommes (80% en 2015 contre 20% en 2015). Mais il n'existe aucune discrimination de genre au niveau du recrutement pour la licence en MGC.

Conclusion 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.*

Appréciation globale du standard

La mobilité des étudiants est encouragée mais l'équipe d'experts n'a pas pu observer un programme de mobilité pour le programme en question.

Conclusion sur le standard : Non atteint

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

Appréciation globale du standard

Le dispositif en place n'est pas très favorable pour un encadrement efficace des étudiants. Les projets de fin de cycle consultés sur place ainsi que les discussions avec les parties prenantes prouvent la nécessité et l'urgence d'améliorer l'encadrement des étudiants.

Conclusion sur le standard : Non atteint

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

Appréciation globale sur le standard

Des efforts sont entrepris pour favoriser l'insertion des diplômés avec quelques conventions signées. Mais le dispositif est encore insuffisant.

Conclusion sur le standard : Non atteint

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 du standard

Les dotations en équipements et en locaux (salle de cours dédié, salle de documentation, outils pédagogiques...). sont jugées satisfaisantes pour atteindre les objectifs fixés pour ce programme. Toutefois, la salle de documentation doit être mieux pourvue en ouvrages.

Conclusion sur le standard : Atteint

5. Points forts du programme

- Continuité du programme depuis 2004 accompagné d'un taux de réussite des étudiants satisfaisant ;
- Ressources financières assez suffisantes ;
- Cohérence entre les stratégies de l'établissement et les objectifs du programme ;
- Corps enseignants qualifié scientifiquement ;
- Existence d'un conseil pédagogique fonctionnel ;
- Maquette conçue suivant les normes LMD malgré quelques insuffisances ;
- Existence d'un logiciel de gestion des parcours des étudiants.

6. Points faibles du programme

- Personnel PATS essentiellement contractuel et absence d'un système de motivation du personnel PATS ;
- Faible prise en compte des besoins du marché du travail dans le programme ;
- Faible promotion du programme (communication) ;
- Insuffisance des activités professionnelles et professionnalisantes ;
- Absence de certaines matières fondamentales en marketing ;
- Inexistence d'une structure chargée de l'insertion et du suivi des étudiants du programme et des alumni ;
- Pas de système d'anonymat des examens ;
- Forte dépendance par rapport aux services centraux de l'UCAD et de la FASEG (Assurance Qualité, Insertion des Etudiants, documentation) ;
- Spécialisation en marketing et gestion commerciale vers la fin de la formation
- Syllabus de cours non harmonisés ;
- Faiblesse du dispositif pour l'encadrement des étudiants ;
- Exploitation, élaboration et suivi des plans d'actions issus des remontées faites par les étudiants insuffisants.

7. Appréciations générales du programme

Le programme de licence en Marketing et Gestion Commerciale de l'IFACE est dispensé de manière continue depuis plusieurs années. Il a sorti plusieurs promotions. L'équipe pédagogique est qualifiée scientifiquement. Toutefois le programme souffre de quelques

insuffisances qui méritent d'être corrigées afin d'améliorer son contenu et faciliter l'insertion des étudiants.

8. Recommandations à l'Etablissement

- Mettre en place une cellule pour l'insertion des étudiants au niveau de l'IFACE ;
- Elaborer et animer un programme local d'assurance qualité pour le compte de l'IFACE en relation avec la cellule d'assurance qualité de la FASEG ;
- Recruter un personnel PATS (responsable pédagogique, responsable administratif et financier...) ;
- Mettre en place un système de motivation du Personnel basé sur une évaluation des performances (Objectifs/indicateurs/résultats obtenus) définies selon une périodicité ;
- Impliquer davantage les professionnels dans la mise en œuvre du programme ;
- Améliorer le contenu de la maquette pédagogique ;
- Systématiser l'évaluation des enseignements par les étudiants ;
- Harmoniser les syllabi des cours ;
- Améliorer le contenu des cahiers de textes.
- Renforcer la confidentialité en rendant anonyme les copies d'examen ;
- Améliorer l'équipement et l'environnement pédagogiques (salle d'archivage, rayonnage des documents dans la salle de lecture, séparation des toilettes hommes et femmes, extincteurs...).

9. Recommandations à l'ANAQ

- Promouvoir le partage d'expériences en matière d'assurance qualité entre les différents établissements.

10. Proposition de décision

Accréditation refusée