

REPUBLIQUE DU SENEGAL

Un Peuple – Un But – Une Foi

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR DE LA RECHERCHE ET DE L'INNOVATION

AUTORITE NATIONALE D'ASSURANCE QUALITE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR  
(ANAQ-SUP)



**RAPPORT D'ÉVALUATION EXTERNE DU  
PROGRAMME DE MASTER SPECIALISE EN  
MARKETING COMMUNICATION DE L'INSTITUT  
SUPERIEUR DE GESTION (ISG)**

**L'équipe d'évaluation :**

- Pr. Amadou Lamine Dia, Président
- Dr. Mamadou Diouma Diallo, Membre
- M. Adama Chimère NDOUR, Membre

**Signature :**

**Pour l'Equipe, le Président**

*A.L. DIA*  
*M. Adama Chimère NDOUR*

**Avril 2018**

## TABLE DES MATIERES

<b>Introduction .....</b>	<b>3</b>
<b>1. Présentation du programme.....</b>	<b>3</b>
<b>2. Avis sur le rapport d'auto-évaluation .....</b>	<b>4</b>
<b>3. Description de la visite sur le terrain.....</b>	<b>4</b>
<b>4. Appréciation du programme au regard des standards de qualité de l'ANAQ-SUP 7</b>	
<b>5. Points Forts .....</b>	<b>15</b>
<b>6. Points Faibles .....</b>	<b>16</b>
<b>7. Appréciations générales .....</b>	<b>16</b>
<b>8. Recommandations à l'établissement.....</b>	<b>16</b>
<b>9. Recommandations à l'ANAQ-Sup .....</b>	<b>17</b>
<b>10. Proposition de décision : .....</b>	<b>17</b>

## **Introduction**

L'Institut Supérieur de Gestion Saint Michel, école affiliée à l'Université Catholique de l'Afrique de l'Ouest (UCAO), a présenté à l'ANAQ – SUP un rapport d'auto évaluation du programme du Master en Marketing, Communication en vue d'obtenir une accréditation auprès 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. Amadou Lamine Dia (Président), Dr Mamadou Diouma DIALLO de l'UGB/CRAC (membre) et M. Adama Chimère NDOUR professionnel du Marketing et de la Communication (membre) pour procéder à l'évaluation du programme du Master en MC /UCAO.

Le Mardi 25 Juillet 2017, l'équipe a effectué une visite à l'Institut Supérieur de Gestion Saint-Michel /UCAO en vue de vérifier si le programme du Master en Marketing et Communication satisfait aux différents standards de qualité de l'ANAQ-Sup.

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

### **1. Présentation du programme**

La formation dont l'évaluation est confiée à notre équipe l'ANAQ-SUP est un Master en Marketing Communication de l'Institut Supérieur de Gestion Saint Michel / UCAO

Ce Master Spécialisé en Marketing et Communication a été proposé par l'établissement durant l'année académique 2011-2012. Ce programme est dispensé au sein de l'établissement à travers des cours magistraux, des travaux dirigés, de recherche et des séminaires. Les informations liées à la formation sont disponibles au niveau de la Direction des études des Masters, au service marketing et orientation à travers les plaquettes publicitaires, mais aussi sur le site [www.st-michel.sn](http://www.st-michel.sn). Cette communication liée à la filière rend explicite l'offre faite aux étudiants. Le programme a été successivement révisé en 2013 et 2016 pour être conforme aux normes du système LMD. La révision de 2013 concerne la plaquette publicitaire et celle de 2016 se rapporte à la maquette du programme.

Le Directeur des études, est Monsieur Joseph Gniaka KAMA, Docteur en Sciences de Gestion. Les textes de nomination sont disponibles sur place, à la Direction générale et au niveau de la Direction des études des Masters. /

## ***1- Identification du programme***

L'architecture du diplôme se présente comme suit :

**Intitulé du diplôme**

**Masterspécialisé en Marketing et Communication**

**Domaine** : Sciences Economiques et de Gestion

**Mention** : Sciences de Gestion

**Spécialité** : Marketing et Communication

**Cycle** : Master (M1, M2)

**Nombre de crédits du programme** : 120 crédits

## **2. Avis sur le rapport d'auto-évaluation**

Le rapport d'auto-évaluation est un document de 103 pages avec les annexes placées à la fin du rapport. Sur la forme, c'est un document qui est bien rédigé avec un souci de répondre de manière exhaustive aux attentes de l'ANAQ-Sup. Le document est bien structuré avec un plan très précis.

Sur le fond, c'est un rapport qui est riche de par la qualité des réponses apportées aux questions du référentiel de l'ANAQ- Toutefois nous avons observé une forte concentration du programme vers une professionnalisation **Marketing et Techniques de Commercialisation** et non dans les domaines de la **Communication**. En effet, sur l'ensemble des standards nous avons la réponse « Atteint » alors qu'une conclusion plus nuancée nous aurait permis de mieux apprécier, objectivement, la situation.

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

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

#### ACTIVITES DE 8H30 à 14H 30

- L'équipe d'évaluateurs de l'ANAQ-SUP a démarré la visite à l'Institut Supérieur de Gestion Saint Michel /UCAO le Mardi 25 Juillet 2017 à 08H40. Elle a été reçue par les responsables de l'institut s entre autres du Directeur Général, du Responsable de la Cellule Interne d'Assurance Qualité, du directeur des études et du responsable de la filière de Licence Marketing-Communication-Publicité.

- Cette rencontre a démarré par la présentation de l'équipe des évaluateurs par la voix du Président Pr Amadou Lamine DIA qui a rappelé les objectifs de l'évaluation de l'ANAQ. Il s'en est suivi un mot de bienvenue du Directeur Général et une présentation des responsables de l'Institut présents. Après validation de l'agenda de la visite, le Directeur Général a procédé à la présentation de l'Institut et du Programme de la filière Master de Marketing Communication soumis à l'appréciation des évaluateurs de l'ANAQ Sup.

La séance de travail s'est déroulée en présence des principaux responsables de l'Institut de Gestion Saint-Michel /UCAO:

M. Docteur Jean Marie SENE Directeur Général

M. Louis Gomis Directeur Général Adjoint Représentant

M. Joseph G. KAMA Directeur des Etudes chargé des Masters

M. Moussa Diouf Enseignant-chercheur Responsable de la CIAQ

Mme Julie KampalDédhiou Enseignant-Chercheur Représentante du corps enseignant

M. Abdoulaye Gaye Enseignant-chercheur Responsable du comité de pilotage

Mlle RachelMendy Étudiante, gouverneur de classe Représentante des étudiants

Le Directeur Général a tout d'abord mis l'accent dans sa présentation sur les missions, la vision et la gouvernance de l'UCAO. Il a ensuite présenté le programme du Master en Marketing Communication, 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 demander les éléments probants relatifs aux standards.

Après ce premier niveau d'échanges (Présentation du programme de Master de Marketing et Communication et discussions demande de documents complémentaires), la rencontre avec les différentes parties prenantes (Enseignants, PATS, Etudiants) a démarré à 11 heure la visite des locaux et installations a commencé à 14h 30 à dans un immeuble imposant où le Programme du Master de Marketing et Communication se déroule. Tout d'abord au rez- de chaussée le siège de l'UCAO St –Michel abrite les locaux de bureaux, un grand hall d'accueil des étudiants (Direction générale membres du Staff, Secrétariat, Accueil,)

Il a été constaté que d'importants investissements ont été réalisés avec plus de 10 salles et des équipements modernes sur chaque niveau, une bibliothèque avec un fonds documentaire de 30.000.000frs CFA un centre de ressources et un incubateur en projet au 5<sup>ème</sup>, un restaurant et des salles de conférence au 6ème.

<b>ACTIVITES</b>	<b>HORAIRES</b>
<b>Entretiens avec les enseignants</b>	<b>11h /13h</b>
<b>Entretiens avec les PATS</b>	<b>13h/13h30</b>
<b>Entretiens avec les étudiants</b>	<b>13h30/ 14h 15</b>
<b>Visite des locaux</b>	<b>14h30 /15h30</b>
<b>Synthèse de la journée et Débriefing des Evaluateurs</b>	<b>15h 30 / 16 h</b>
<b>Restitution Orale et Clôture de la journée</b>	<b>16h / 17h</b>

### **3.2 Appréciations de la visite**

#### **➤ Difficultés :**

Nous n'avons pas rencontré de difficultés particulières, ni avec les parties prenantes ni au niveau de la collectes des informations

#### **➤ Facilités :**

L'accueil de la Direction, de tous les membres du staff, du personnel d'appui et des étudiants a été très cordial, et la mission s'est déroulée dans des conditions assez confortables.

Tous les documents, pièces justificatives et éléments de preuve demandés par les évaluateurs nous ont été remis avec diligence

#### **Leçons apprises :**

Dans le cadre de cette mission, les évaluateurs notent qu'il y a une parfaite coordination et une rigueur entre la Cellule d'Assurance et l'ensemble des membres du comité de pilotage.

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

La synthèse de la grille d'analyse du programme de Master en Marketing et Communication de l'UCAO, au regard des standards de qualité est présentée ci-dessous

##### **CHAMP D'ÉVALUATION 1 : Objectifs et mise en œuvre du programme d'études**

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

L'offre de formation en Master Marketing et Communication de l'UCAO est proposée par l'établissement depuis l'année universitaire 2011-2012. Excepté pour l'année 2015-2016, le programme est déroulé chaque année même s'il faut faire le constat que la pérennité du programme est fortement menacée par le fait qu'il y a peu d'étudiants inscrits sur l'ensemble du cycle Master.

**Appréciation globale sur le standard : Partiellement 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 Master Marketing communication de l'UCAO est résolument orienté Marketing comme indiqué dans la présentation de la formation. Les objectifs et profils de sorties montrent que la Communication n'est pas une composante fondamentale du programme. La maquette aussi n'intègre pas suffisamment le volet communication dans l'offre de formation. En effet, le programme permet d'acquérir des compétences théoriques et pratiques dans les principaux domaines du marketing. En définitive, les enseignements contenus dans la maquette permettent de bien former des professionnels dans le domaine du marketing et non dans le domaine de la Communication

**Appréciation globale sur le standard : Non 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.**

Dans le but de créer des passerelles et favoriser les échanges avec le monde professionnel, l'UCAO, à travers son programme de Master en Marketing et Communication, fait intervenir beaucoup de professionnels du milieu afin d'offrir aux étudiants des formations adaptées au besoin du marché.

L'implication des professionnels dans la mise en place du programme, dès le début du processus, la création d'une direction de l'insertion professionnelle, l'implantation d'un incubateur dans les locaux de l'établissement montrent qu'il y a une volonté manifeste de maintenir les relations avec le monde professionnel.

Toutefois, le programme gagnerait à mettre davantage de modules pratiques animés par des professionnels du domaine de la Communication et du Marketing.

**Appréciation globale sur le standard : Atteint**

## **CHAMP D'EVALUATION 2 : Organisation interne et gestion de la qualité**

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

L'UCAO dispose d'une Cellule Interne d'Assurance Qualité (CIAQ) fonctionnelle et inscrit la démarche qualité au cœur de sa politique de développement. Le processus décisionnel est formalisé et régi par les textes l'UCAO ; de même une charte de bonne gouvernance et un règlement intérieur sont partagés avec l'ensemble des personnes concernées au sein de l'institution.

Le manuel de procédure qui reste un indicateur-clé de la bonne organisation d'une organisation est disponible et l'ensemble des informations partagées avec les personnes en



interne. Les fiches de poste contribuent également à la clarification des responsabilités et permettent d'éviter les conflits dans les différentes sphères compétences.

**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 est impliqué dans l'élaboration et la mise en œuvre du programme Marketing Communication. L'UCAO a mis en place un Conseil scientifiquement qualifié pour la validation des programmes de l'institution et le corps professoral essentiellement issus des sciences de gestion.

**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.**

L'institution UCAO a mis en place un dispositif qui permet de s'inscrire dans un processus continu de démarche qualité. Au sein de l'institution, les mesures d'assurance qualité sont prises en charge par une cellule interne, la CIAQ qui est opérationnelle depuis 2010. Des mesures préventives et correctives sont prises sur l'ensemble du *process* afin de garantir la qualité de la formation. Néanmoins, l'institution gagnerait à mieux exploiter les données relatives à l'évaluation des enseignements par les étudiants afin de mieux intégrer leurs préoccupations et s'inscrire dans une démarche participative.

**Appréciation globale sur le standard : 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.***

De manière générale, la maquette du programme de Master Marketing Communication ne répond pas aux standards LMD. En effet, on note un très fort déséquilibre entre les matières du Marketing et celles de la communication. L'intitulé du programme doit être revu en conséquence. De même que celle des UE qui ne reflète pas le contenu des enseignements (Par exemple UE : Management de la communication avec comme éléments constitutifs : Produits, marque, prix, Distribution entre autres).

La codification manque de lisibilité et la nature des UE libres n'est pas déterminée alors que le système LMD, en encourageant la mobilité, exige que les intitulés des modules soit explicites afin de permettre aux étudiants de capitaliser à vie les crédits des UE validées.

On note également un problème de cohérence dans la répartition des UE et les modalités d'enseignement où l'essentiel des cours sont en CM. Pour une formation qui vise la professionnalisation il est important de privilégier, comme relevé par les étudiants lors de nos entretiens, les TD et ateliers pratiques et varier les formats pédagogiques. Les UE « activités professionnelles » pourraient aider aussi à cela à condition de les étaler sur une période plus longue et de donner plus de consistance à la nature des activités professionnelles.

**Appréciation globale 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.***

Le programme en évaluation de l'UCAO couvre principalement les champs du marketing. En effet, le Master Marketing-Communication permet d'acquérir le socle de connaissances nécessaires à une formation beaucoup plus en marketing qu'en communication. Les méthodes d'enseignement et d'évaluation sont définies en fonction des objectifs de formation mais le

programme souffre du manque de certains modules importants liés à l'entrepreneuriat et au développement personnel.

Il est important et nécessaire pour une formation complète en Marketing et Communication d'inclure davantage de modules liés aux fondamentaux de la Communication et à la Gestion de la Relation Client (CRM).

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

**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 réglementées et publiées. En effet, l'institution a mis en place un manuel de procédure décrivant le processus de diplomation et mis à la disposition des étudiants un règlement des examens LMD produit par l'UCAO.

Il faut souligner le travail remarquable qui est fait par l'institution pour sécuriser tout le processus allant de l'organisation des examens à la délivrance des attestations et diplômes.

**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 programme enregistre un taux de réussite relativement correct qui tourne autour de 80% selon les responsables de la formation. Ces informations sont aussi tirées des statistiques des PV de délibération. Pour améliorer ce taux, il peut être judicieux de mettre en place un dispositif de tutorat pédagogique sur les UE qui enregistrent le plus faible taux de réussite. Il est aussi important de réfléchir sur un accompagnement des étudiants dans la rédaction de leur travail de mémoire.

**Appréciation globale 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.***

L'équipe pédagogique du programme est composée en grande partie d'enseignants provenant essentiellement des sciences de gestion et du monde professionnel. L'UCAO possède également des enseignants permanents qui interviennent dans la formation et sont, en grande partie, des doctorants ou titulaire d'un DEA ou DESS. La formation Marketing et Communication souffre d'une absence criarde de docteurs en Communication (SIC) pour crédibiliser la formation et l'essentiel des enseignements dans ce domaine sont pris en charge par des professionnels. L'absence de référents dans le domaine de la Communication explique en grande partie le déséquilibre constaté dans l'organisation des enseignements.

Il faut aussi noter l'absence de professeurs de rang A et l'insuffisance de docteurs intervenant dans le programme de Master. En effet, un diplôme de niveau BAC+5 (2<sup>ème</sup> cycle) ne sera crédible que si les intervenants, du moins sur les aspects théoriques et méthodologiques, ont un niveau minimum de 3<sup>ème</sup> cycle.

Il convient toutefois de saluer la forte politique de l'UCAO pour encourager et accompagner le PER afin de doter l'institution de ressources de qualité dans la formation de ses étudiants.

**Appréciation globale sur le standard : Partiellement 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.***

L'UCAO est une institution très structurée et procède à la répartition des volumes horaires de cours au début de chaque année académique. Le contrat de travail signé entre l'administration et le corps enseignant définit le cadre de la collaboration pédagogique.

Pour encourager la recherche et favoriser l'avancement de son personnel d'enseignement, l'institution a plafonné le volume horaire des doctorants qui est de 12H/Semaine afin de permettre à ces derniers de se consacrer à leurs travaux de recherche et de rédaction de la thèse.

**Appréciation globale sur le standard : Atteint**

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

L'institution UCAO ne dispose pas de programme de mobilité pour le PER même si l'essentiellement de ses enseignants-vacataires viennent d'autres universités publiques.

L'UCAO qui est une institution ayant une dimension sous-régionale ne tire pas suffisamment profit de cette configuration pour favoriser la mobilité des enseignants.

Une politique, à un niveau supra, pourrait aider à lever cet obstacle, d'autant plus que le système LMD encourage fortement la mobilité des étudiants et des enseignants.

**Appréciation globale sur le standard : Non atteint**

**CHAMP D'ÉVALUATION 5 : Étudiants**

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

Les conditions d'admission dans le programme sont publiées à travers différents canaux de communication et accessibles aux étudiants. Le service accueil et orientation fait également partie du dispositif d'informations sur les offres de formation. Le Directeur des études veille également à la conformité du dossier et s'assure que les conditions sont remplies par les candidats avant validation.

**Appréciation globale sur le standard : Atteint**

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

Le programme Marketing-Communication accueille les étudiants sans distinction de sexe. L'égalité est également garantie par les procédures de sélection et d'évaluation qui ne révèlent aucune mesure discriminatoire liée au genre. Il convient de souligner que la moitié de l'effectif est constitué d'étudiants étrangers et que la gente féminine représente 70% de l'effectif total du programme de Master Marketing-Communication.

**Appréciation globale sur le standard : Atteint**

**Standard 5.03 : La mobilité des étudiants est possible et encouragée par la reconnaissance mutuelle interuniversitaire et interdisciplinaire des acquis.**

L'UCAO a signé beaucoup d'accords de convention et de partenariat avec des établissements privés et publics. La convention signée avec l'université Catholique de Lille constitue un levier important pour favoriser la mobilité des étudiants. Toutefois, la présence dans la sous-région de l'UCAO doit amener l'institution à mettre en place un dispositif d'accompagnement pour encourager la mobilité des étudiants en Afrique de l'Ouest voire au-delà.

**Appréciation globale sur le standard : Partiellement Atteint**

**Standard 5.04 : Il est pourvu à un encadrement adéquat des étudiants.**

Le ratio nombre d'étudiants/encadreurs du programme Master Marketing-Communication est très bon et les entretiens avec les étudiants ont permis de confirmer la proximité et la disponibilité du corps enseignant. Les primes d'encadrement contribuent aussi à la motivation du PER et doivent être encouragés. Malgré les nombreuses dispositions prises par l'administration pour assurer un encadrement adéquat, le taux de soutenance des mémoires reste très faible 6% pour l'année académique 2015-2016. Ce faible taux de soutenance des mémoires doit amener l'équipe pédagogique à réfléchir sur la nature du mémoire et l'orientation pédagogique et professionnelle qu'il convient de donner à cette dernière.

**Appréciation globale sur le standard : Atteint**

**Standard 5.05 : Le programme se préoccupe de l'insertion des étudiants dans le milieu du travail.**

Il existe une direction en relation avec les entreprises pour l'insertion des étudiants dans le monde professionnel. Des offres d'emplois et de stages reçues des partenaires de l'institution sont proposées aux étudiants via le service d'aide à l'insertion et accessibles au niveau des tableaux d'affichage.

L'UCAO a également mis en place un incubateur pour accompagner sur le plan technique et logistique les porteurs de projets. La base de données des alumni, mis en place par le service de l'insertion, permettra de faire le suivi des étudiants diplômés de l'institution et garder le lien avec les anciens de l'établissement.

**Appréciation globale sur le standard : Atteint**

## **CHAMP D’EVALUATION 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.**

L’UCAO dispose d’infrastructures pédagogiques (salles de cours, TD et TP) en quantité suffisante pour réaliser ses objectifs. L’institution est propriétaire de ses locaux et a réalisé un important investissement dans l’équipement pédagogique (Bibliothèque, ordinateurs, logiciels, vidéoprojecteurs entre autres). Il offre un cadre de vie agréable pour le personnel et les étudiants (salle des profs, salle de sport, espace de restauration) ; la qualité de la connexion internet est correct et le bâtiment bien sécurisé.

**Appréciation globale sur le standard : Atteint**

### **5. Points Forts**

Le Master Marketing Communication de l’UCAO présente plusieurs points forts qui l’inscrivent dans une démarche de labélisation qualité :

- Le patrimoine propre à l’institution UCAO ;
- Le cadre de travail très agréable ;
- Le nombre important de salles de classe et de bureaux sur le site ;
- L’aménagement d’une salle des professeurs ;
- L’expérience et la bonne réputation de l’enseignement privé catholique ;
- La disponibilité et l’accessibilité de l’équipe pédagogique ;
- L’abonnement aux revues en ligne pour renforcer l’accès aux ressources documentaires ;
- La fidélisation du personnel administratif à travers des CDI et autres primes ;
- La mise en place d’un dispositif souple pour faciliter le renforcement des capacités du personnel ;

## 6. Points Faibles

Le programme Marketing et Communication présente également plusieurs faiblesses dont :

- L'intitulé de la formation qui ne reflète pas la réalité de l'offre ;
- Le déséquilibre conséquent entre enseignements relatifs au marketing et ceux relatifs à la communication ;
- La structuration de la maquette qui laisse peu de place aux ateliers et projets professionnels ;
- L'absence d'enseignants référents (docteurs en sciences de l'information et de la communication) et de professionnels de la communication ;
- Le faible nombre d'étudiants inscrit dans le cycle Master et le peu de mémoires soutenus par année académique,
- L'absence d'une politique forte pour encourager la mobilité des étudiants et des enseignants du programme ;

## 7. Appréciations générales

Tous les standards des champs du référentiel de L'ANAQ-Sup sont bien renseignés dans le rapport d'auto évaluation. Ce diagnostic très exhaustif et structuré présente des recommandations pertinentes pour une amélioration du programme de Master Spécialisé en Marketing Communication face aux difficultés de mise en œuvre.

Cependant la difficulté majeure identifiée et non présentée dans le rapport d'auto évaluation est la non concordance de l'intitulé du programme et le contenu de la maquette. En effet ledit programme est surtout orienté dans les métiers du marketing, de la distribution et des techniques de commercialisation et non vers des profils de métiers de la Communication

## 8. Recommandations à l'établissement

Elles peuvent être résumées autour des points suivants :

- Changer l'intitulé du Programme **évalué Master Spécialisé de Marketing Communication** par **Master Spécialisé de Marketing et Stratégies Commerciales**
- Améliorer la structure de la nouvelle maquette de Master Spécialisé de Marketing Communication sur les points suivants :
  - Ouverture de deux options à partir du Master2 (Marketing et Stratégies commerciales et Communication) ;



- Professionnalisation soutenue des enseignements dans les 2 options par des ateliers, travaux dirigés et Projets professionnels ;
- Recruter un bon nombre d'enseignants référents (docteurs en sciences de gestion ; en sciences de l'information et de la communication) et de professionnels du marketing digital de la communication
- Promouvoir la recherche par la mise en place d'un laboratoire et d'une revue scientifique en marketing et communication ;
- Développer une politique forte pour encourager la mobilité des étudiants et des enseignants du programme
- Améliorer la communication publicitaire et la communication interne consacrée au programme pour augmenter le nombre d'étudiants ;

## **9. Recommandations à l'ANAQ-Sup**

L'ANAQ-Sup doit donner plus de temps aux experts pour réaliser plus efficacement la mission d'évaluation externe en ayant la possibilité d'étudier en profondeur tous les documents disponibles et d'exploiter les résultats de la visite des sites et des discussions avec les acteurs du programme.

## **10. Proposition de décision :**

**Accréditation refusée**

# Annexes

## 1. Liste des éléments de preuve vérifiés

Nous avons demandé, obtenu et vérifié les pièces complémentaires dont la liste est indiquée dans le tableau ci-dessous. Dans l'ensemble, les pièces reflètent de façon assez cohérente la substance de leurs objets (la liste complète des preuves nous a été fournie dans une clé USB et envoyée par Internet).

Désignation	objet	observation
Cahier de textes Mater1	Vérification du déroulement des enseignements	RAS*
Cahier de textes Master2	Vérification du déroulement des enseignements	RAS
CV du PER	Vérification du déroulement des enseignements	RAS
CV du PATS	Vérification du déroulement des enseignements	RAS
CV du Personnel Enseignant Externe	Vérification des diplômes et de l'expérience professionnelle des vacataires	RAS
Lettre de politique qualité au sein de l'ISG-Saint Michel	Vérification des informations présentées	RAS
Feuilles de présence	Vérification du déroulement des enseignements	RAS
Plans des cours Master 1 et 2	Vérification des syllabus de cours	RAS
Procès-verbal de délibérations du Master	Vérification des informations présentées	RAS
Relevé de notes	Vérification des informations présentées	RAS
Attestations de réussite Master	Vérification des informations présentées	RAS
Diplôme du Master	Vérification des informations présentées	RAS

## 2. Liste des personnes présentes à la réunion d'ouverture

NOM PRÉNOMS	CONTACT	Fonction Structure
M Jean Marte Sène		Directeur Général
M. Joseph G.KAMA	77-410-89-15 <a href="mailto:jkama@ucao.edu.sn">jkama@ucao.edu.sn</a>	Directeur des Etudes chargé des Masters Responsable, représentant de l'autorité académique
M. Moussa Diouf	77-410-89-15 <a href="mailto:jkama@ucao.edu.sn">jkama@ucao.edu.sn</a>	Enseignant-chercheur Responsable de la CIAQ
M. LouisGomis	77-654-80-62 <a href="mailto:lgomis@ucao.edu.sn">lgomis@ucao.edu.sn</a>	Directeur Général Adjoint Représentant de l'administration centrale
Mme FabienneBoucal	77 086 42 02 <a href="mailto:fboucal@ucao.edu.sn">fboucal@ucao.edu.sn</a>	Assistante du directeur des études des Masters Représentante PATS
Abdoulaye Gaye		Enseignant-chercheur
MakhtarDiop		Enseignant-chercheur
Dr Amadou Lamine Dia		Expert Evalueur ANAQ Président
Dr Mamadou Diouma Diallo		Expert Evalueur ANAQ
MAdama Chimère NDour		Expert Evalueur ANAQ