

Plan de suivi : commentaire général

Contexte

Le rapport d'évaluation interne a été rédigé par la commission d'évaluation interne de la section publicité de la Haute Ecole Louvain en Hainaut. Son siège social et administratif est situé à Mons.

La section publicité option médias contemporains fait partie de la catégorie Arts appliqués.

Le rapport d'évaluation interne fait référence aux années 2011-12.

Stratégie relative à l'élaboration du plan de suivi

Afin d'établir au mieux le plan de suivi, 3 sources sont exploitées :

- Le rapport d'analyse transversale Arts appliqués et textile
- Le rapport de synthèse du Comité d'experts
- Le chapitre 6 du rapport d'évaluation interne
- Deux réunions de concertation avec les enseignants pour les choix du plan de suivi et l'avis positif du Conseil de catégorie sur les priorités retenues.

Evolution du paysage de l'enseignement supérieur

A partir du 14 septembre 2014, un nouveau décret définissant le paysage de l'enseignement supérieur et l'organisation académique des études entre en vigueur.

Celui-ci révisé la chronologie des études et le programme d'enseignement. Cela aboutira à la construction d'un nouveau profil d'enseignement et d'un nouveau programme d'études.

Les priorités retenues pour les actions de renforcement et d'amélioration

« La section Publicité propose une formation professionnalisante dynamique, ayant le souci permanent de rester connectée aux réalités du monde de la publicité. Le comité des experts encourage cette dynamique et invite l'ensemble des acteurs à rester vigilants quant aux évolutions d'un secteur en mutation permanente, tant sur les plans technologiques que géographiques.

Sur le plan des pratiques pédagogiques et aspects matériels, il y a lieu d'être attentif à l'évolution rapide des technologies.

La section est invitée à développer des partenariats internationaux.

Enfin, il apparaît essentiel que les étudiants prennent davantage de part active dans les organes de décision. Il en va de leur apprentissage, de l'autonomie, de la gestion de la section et de l'important exercice de la démocratie. » Conclusions du comité des experts.

Afin de renforcer les points forts reconnus tout en répondant aux recommandations formulées par le Comité des Experts, l'ensemble de la section a décidé d'accorder toute son attention aux axes et aux points d'amélioration repris et développés ci-après.

Avant de présenter ces 4 axes, nous souhaitons formuler quelques précisions et explications par rapport aux recommandations que nous avons choisies. Certaines ne sont pas présentées ici car elles vont être travaillées au niveau de la Haute Ecole et non au niveau de la section.

D'autres recommandations, par contre, sont déjà en cours d'application.

- Dans la recommandation 1, il est demandé de continuer notre **travail sur le référentiel** de compétences, nous aborderons dans l'axe 3 notre vision des situations d'apprentissage liées au travail par compétences.
- La recommandation 2 concerne **des partenariats** que nous avons avec les universités, les ESA dans le Pôle hainuyer, avec le monde de l'entreprise, des start-up. Nos étudiants peuvent se former aux langues à l'université (UCLMons) ... c'est un volet que nous sommes déjà en train de développer.

- La recommandation 12 concerne **la sensibilisation des étudiants à l'évaluation des enseignements et la démarche qualité**. La Haute Ecole via ses organes, Organe de gestion et Conseil pédagogique élabore une procédure pour plus d'implication des étudiants de toutes les sections dans cette démarche. La valorisation en crédits ECTS de la participation étudiante et la création d'une UE « citoyenne » dans toutes les formations a été demandée par les étudiants et est en discussion dans les organes de la Haute Ecole. C'est pourquoi la section publicité a décidé dans son conseil de catégorie du 12 novembre 2014 d'intégrer une Unité d'Enseignement « citoyenneté » dans sa grille dans le bloc 3.

Pour la recommandation 16, la HELHa vient de se doter d'un **plan stratégique**. Il appartient maintenant aux catégories de le faire vivre. Le collège de direction et l'OG vont superviser ce plan d'actions par le biais de comités de pilotage.

- Les recommandations 12, 13, 14, 15, 16 se travaillent plus au niveau transversal de la Haute Ecole que de la section publicité. Le fait qu'elles ne se retrouvent pas dans les 4 axes présentés plus bas n'implique pas qu'elles ne sont pas travaillées, elles le sont au niveau global.

Dans le plan stratégique de la HELHa, un axe transversal est dédié aux **partenariats** avec les autres acteurs concernés par l'enseignement supérieur.

Le Pôle hainuyer permet également de créer des ponts avec les autres formations lors des commissions. La Direction de la catégorie Arts appliqués préside la commission information et communication du Pôle hainuyer. Cette dimension est une priorité pour les autorités de la HELHa.

Dans le plan stratégique de la Haute Ecole, priorité va être également donnée à la **professionnalité des enseignants**.

Le secteur publicitaire est en mutation constante et les pratiques professionnelles évoluent sans cesse. La gestion des ressources humaines de la section s'en ressent.

Pour maintenir une actualisation constante des cours, il est impératif que les enseignants soient en contact permanent avec la réalité de terrain. C'est pourquoi il y a beaucoup d'enseignants vacataires dans la section. Dans les années qui viennent, des enseignants statutaires vont partir à la pension. Ils seront remplacés par des enseignants statutaires qui garderont une pratique professionnelle.

Il est important que les enseignants statutaires se professionnalisent un maximum surtout dans le domaine de l'infographie et du digital pour faire face à ces évolutions rapides.

Concernant les **stages à l'étranger et les langues** :

L'an dernier, sur les 50 étudiants en stage, 8 étudiants ont travaillé sous la direction d'un maître de stage néerlandophone dans des agences néerlandophones (Peter Ampe chez DDB, Tim Driesen chez Famous, Piet Bodijn au musée des BA, Koen Lamberechts chez The Crew, Johan Vanaubel chez GlossyTV à Gand). Les évaluations de stage se font parfois en néerlandais ou en anglais.

Ces étudiants ne sont pas passés par Erasmus Belgica.

Des enseignants anglophones ou néerlandophones s'occupent dès lors de ces visites de stage.

Notre objectif est de développer des accords avec des partenaires à l'étranger (surtout l'Angleterre) dans les années qui viennent.

Dans les tableaux ci joints, notre attention se focalisera **sur 4 axes**, à savoir :

- **Le centre de documentation (recommandations 3 et 8)**
- **Workshops afin de développer la créativité (recommandation 4)**
- **Suivi des stages, TFE, mobilité internationale (recommandations 5,6, 11)**
- **Nouveaux médias (y compris les éléments de GRH) (recommandation 7)**

1. LE CENTRE DE DOCUMENTATION

	Recommandations / Forces	Description des actions	Degré de priorité */**/**	Responsable(s)	Résultats attendus	Degré de réalisation / Échéance(s)	Conditions de réalisation
1.	Encourager la fréquentation de la bibliothèque et la formation générale et culturelle (RFS, Chap 1, Amélio 1 Recomm 3, P 3) ; (RFS, Chap 2, Amélio 1, Recomm 8, p 5)	<p>Professionaliser le centre de documentation :</p> <ul style="list-style-type: none"> agrandir le local, élargir les plages d'ouverture, augmenter le nombre d'ordinateurs, permettre un plus large accès à tous les ouvrages de la Haute Ecole dont des ouvrages de culture générale et de sciences humaines. <p>Prendre en compte les remarques d'amélioration fournies par l'enquête de satisfaction menée par la cellule Qualité Helha.</p>	***	Direction, enseignants, bibliothécaires, cellule qualité Haute Ecole	<ul style="list-style-type: none"> Fréquentation accrue des étudiants de la section à la bibliothèque, consultation du catalogue PMB Développement de la formation générale et culturelle des étudiants Développement de travaux pédagogiques avec consultation d'ouvrages à la bibliothèque 	<p>En cours, septembre 2014</p> <p>En cours, septembre 2015</p> <p>Septembre 2016</p>	

2. WORKSHOPS ET PROJETS PÉDAGOGIQUES CRÉATIFS

	Recommandations / Forces	Description des actions	Degré de priorité */**/**	Responsable(s)	Résultats attendus	Degré de réalisation / Échéance(s)	Conditions de réalisation
2.	Organiser ponctuellement des workshops sur des thèmes plus variés pour développer la créativité (RFS, Chap 1, Amélio 2, Recomm 4, p 3)	<p>Organiser des workshops et des projets pédagogiques créatifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Réaliser des jeux vidéo : concevoir des scénarios et de l’habillage graphique en collaboration avec les étudiants du bachelier en informatique de gestion qui vont coder le jeu sous la supervision d’une société spécialisée. • Créer une déclinaison graphique sur l’œuvre de Dali pour Mons 2015 • Créer un environnement graphique pour un festival de musique classique à Lessines • Créer une campagne de communication pour l’ONG Louvain Coopération • Organiser la quinzaine de la création numérique : co-organisateur avec l’Umons et Arts2, 	***	Direction, enseignants, Partenaires (centres culturels, société...)	<ul style="list-style-type: none"> • Développement de la créativité et de la personnalité des étudiants 	En cours, septembre 2014	

3. SUIVI DES STAGES, TFE, MOBILITÉ INTERNATIONALE (5,6,11)

	Recommandations / Forces	Description des actions	Degré de priorité */**/**	Responsable(s)	Résultats attendus	Degré de réalisation Échéance(s)	Conditions de réalisation
3.	Composer un groupe de suivi des stages (RFS, Chap 1, Amélio 3, Recomm 5, p 3)	<p>Créer une commission stages/TFE en juin 2014 afin de :</p> <p>Redéfinir l'objectif du TFE et optimiser le book pour les recherches de stage</p> <ul style="list-style-type: none"> Présenter en septembre 2014 les conclusions de la commission en même temps devant les étudiants et les enseignants. <p>Former un groupe d'encadrement de stages</p> <ul style="list-style-type: none"> 2 enseignants s'occupent de la présentation, de la direction artistique, du choix des projets pour le book, conseillent et valident les lieux de stage Des épreuves intégrées « jury » (situations d'apprentissage) vont faire partie de la grille horaire en bloc 2 et 3 dès l'année académique prochaine. 	<p>***</p> <p>***</p> <p>***</p> <p>***</p>	Enseignants, direction	<ul style="list-style-type: none"> Consignes claires et précises pour l'élaboration et l'évaluation du TFE intégrant les différents cours Amélioration des books et des lieux de stage Grille de formation avec situations d'apprentissage « jury » 	<p>En cours, février 2015</p> <p>En cours, février 2015</p> <p>Septembre 2015</p>	

Recommandations / Forces	Description des actions	Degré de priorité * / ** / ***	Responsable(s)	Résultats attendus	Degré de réalisation Échéance(s)	Conditions de réalisation
				<ul style="list-style-type: none"> • Meilleure préparation des étudiants : pertinence et qualité des travaux présentés et de la défense orale des idées comme lors d'une présentation client en agence, également pour décloisonner les cours et favoriser l'interdisciplinarité. • Les books de stage et les rapports de stage sont à la disposition des enseignants en juin pour lecture. • Meilleure connaissance des milieux de stages de la part des enseignants : un rapport avec les remarques des maîtres de stage sera donné à la 	<p>Septembre 2015</p> <p>Juin 2015</p> <p>Septembre 2015</p>	


	Recommandations / Forces	Description des actions	Degré de priorité */**/**	Responsable(s)	Résultats attendus	Degré de réalisation Échéance(s)	Conditions de réalisation
	Prévenir suffisamment tôt des modalités et des attentes liées à la réalisation du TFE (RFS, Chap 1, Amélio 4, Recomm 6, p 4)	Travail de fin d'études <ul style="list-style-type: none"> Communiquer le briefing aux étudiants de 2^{ème} année dès février 2015. Il est à leur disposition sur claroline. 	***		réunion de rentrée en septembre. Les enseignants intéressés peuvent réaliser des visites de stage. <ul style="list-style-type: none"> Meilleur choix des sujets de TFE grâce à un temps de réflexion plus long Le TFE a été remanié dans sa partie analyse où interviennent des notions de stratégie publicitaire. Un enseignant prend en charge la discussion du choix des TFE avec les étudiants. 	Février 2015	
	« Elargir le champ de partenariats nationaux et internationaux » (RFS, Chap 3, Amélio 1, Recomm 11, p 6)	<ul style="list-style-type: none"> Concernant la mobilité nationale et internationale, nous allons développer des accords avec des partenaires à l'étranger dans les années qui viennent. 	**		<ul style="list-style-type: none"> Nouveaux accords signés avec des partenaires à l'international 	Septembre 2015	

	Recommandations / Forces	Description des actions	Degré de priorité */**/**	Responsable(s)	Résultats attendus	Degré de réalisation / Échéance(s)	Conditions de réalisation
		<ul style="list-style-type: none"> Développer également les liens avec la promotion sociale pour des remédiations ou des perfectionnements en anglais et en néerlandais 			<ul style="list-style-type: none"> Nouveaux accords avec la promotion sociale pour le perfectionnement en langues. 		

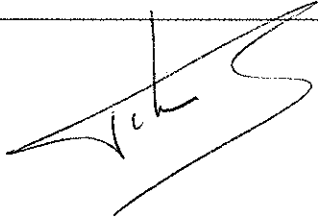
4. NOUVEAUX MÉDIAS (Y COMPRIS DES NOTIONS DE GRH)

	Recommandations / Forces	Description des actions	Degré de priorité */**/**	Responsable(s)	Résultats attendus	Degré de réalisation / Échéance(s)	Conditions de réalisation
4.	Intégrer dans la formation la pratique des nouveaux médias, tout au long du cursus (RFS, Chap 1, Amélio 5, Recomm 7, p 4)	<ul style="list-style-type: none"> Intégrer les étudiants aux workshops et conférences sur le « digital » dans le programme d'Upgrade. Programme sur www.timetoupgrade.be (7 séminaires d'octobre à décembre) Démarrer le langage html (web) dès la 1^{ère} année (24h sur 72h en infographie) Collaborer avec la formation en « webdesigner » organisée dans nos locaux par la promotion sociale pour que nos étudiants puissent suivre gratuitement certains cours pendant leur cursus 	*** *** *** ***	Coordinateur Upgrade, direction, enseignants, partenaires	<ul style="list-style-type: none"> Une connaissance plus actualisée et plus pointue des nouveaux médias 	En cours, septembre 2014 Septembre 2015	Discussions en cours avec la promotion sociale


Jean-Luc VREUX
Directeur-Président

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Vreux', enclosed within a rectangular border.

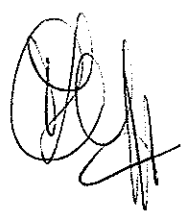
Michel PETTEAU
Directeur de catégorie

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Michel', enclosed within a rectangular border.

Anne MAJOT
Coordinatrice Qualité Institutionnelle

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ajot', enclosed within a rectangular border.

Clippe Marie-Line
Coordonnatrice Evaluation Interne

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Marie-Line', enclosed within a rectangular border.