

Evaluation des cursus
« Marketing » et « Commerce extérieur »

Calendrier et plan de suivi des recommandations des experts
Le 07/12/2011

En avril 2009, la procédure d'évaluation pilotée par l'AEQES débute pour les sections de Bacheliers en Marketing et en Commerce extérieur à la Haute Ecole de la Province de Liège (HEPL). Elle se décline en trois grandes étapes :

1. La première phase d'évaluation, menée en interne par les acteurs des sections concernées, prend fin en juin 2010 avec la rentrée d'un rapport d'auto-évaluation à l'AEQES.
2. Ensuite, la phase d'évaluation externe, menée par des experts indépendants, donne lieu à un ensemble de recommandations qui seront reprises en avril 2011 au travers d'un rapport final de synthèse.
3. Enfin, et pour donner suite aux constats réalisés par le croisement des regards internes et externes, l'élaboration d'un plan de suivi intégré aux principales composantes « Qualité » de notre Haute Ecole.

Il est important de rappeler que la Haute Ecole de la Province de Liège, dans une perspective d'amélioration continue de son enseignement, a développé, dès 2003, un Système de Management de la Qualité inspiré du modèle ISO : l'Approche par Processus.

Le SMQ développé au sein de notre Haute Ecole est présenté sur notre site internet (www.hepl.be), dans la rubrique « Notre Institution ».

Toujours dans un constant souci d'amélioration, la Haute Ecole de la Province de Liège, née de la fusion des 3 Hautes Ecoles provinciales (André Vesale, Rennequin Sualem et Eli Troclet), a travaillé sur l'identification et la formalisation de ses valeurs, de son métier et de ses politiques (objectifs). Cette réflexion s'est traduite par la rédaction de sa « Politique Qualité » diffusée auprès de tous ses partenaires (étudiants, membre du personnel,...).

Cette politique Qualité s'articule autour de plusieurs objectifs tels que :

- insérer nos diplômés sur le marché du travail au moyen d'une formation en adéquation avec les besoins du monde professionnel ;
- développer les compétences du personnel à travers des possibilités de formation continue ;
- fournir une communication claire et complète aux étudiants, parents, professeurs,...
- fournir un environnement favorable à la formation
- développer des collaborations et des partenariats avec les milieux professionnels ;
- accompagner l'étudiant jusqu'à son insertion dans la vie professionnelle.

En regard des grands axes de la Politique Qualité, le Collège de Direction élabore un Plan d'actions stratégique à moyen et long termes permettant d'identifier les actions à mener, de suivre leur état d'avancement, de vérifier les résultats et finalement, d'ajuster ou de corriger les actions

préalablement définies en fonction des résultats obtenus (Méthode PDCA : Plan – Do – Check – Act).

Véritables références en matière de Qualité au sein de la Haute Ecole, les axes de la Politique Qualité ont servi de balises pour l'élaboration du plan d'actions des sections de Bacheliers en Marketing et en Commerce extérieur.

Le rapport d'auto-évaluation (ci-après RAE) réalisé au sein des commissions Qualité mises en place dans les sections concernées a permis de mettre en évidence les points forts et les points à améliorer. Ces constats, associés aux diverses recommandations émises par le comité des experts figurant dans le rapport final de synthèse (ci-après RFS), ont guidé les commissions d'évaluation internes dans l'élaboration du plan d'actions visant à l'amélioration de la qualité de notre enseignement.

Ce plan est structuré selon 5 axes d'actions prioritaires :

1. la démarche qualité et la gouvernance, notamment par la mise en place de l'évaluation des enseignements ;
2. les programmes des cours, notamment par un travail sur les référentiels de compétences, d'enseignement et d'évaluation et leur exploitation ;
3. la vie étudiante avec l'amélioration du dispositif d'aide à la réussite ;
4. les ressources humaines et matérielles avec l'amélioration de la communication interne au sein du corps professoral ;
5. l'ouverture vers l'extérieur avec le développement des accords bilatéraux internationaux et la formalisation d'un réseau de partenaires.

Ces axes ont été définis sur base de la structure du rapport d'auto-évaluation et du rapport final de synthèse afin d'assurer de la cohérence à la démarche menée dans le processus d'évaluation. Pour chacun de ces axes, des actions sont planifiées (avec une échéance maximale de cinq années), un ou plusieurs responsables sont identifiés et les résultats attendus sont décrits de manière à permettre l'évaluation de l'atteinte de nos objectifs.

Il ressort de ce plan d'actions que les priorités définies pour les deux cursus « Bachelier en Marketing » et « Bachelier en Commerce extérieur » reposent sur les éléments fondamentaux de notre « Métier », tel que défini dans la « Politique Qualité » de notre Haute Ecole.

Le travail d'élaboration des référentiels de compétences, initié au sein du Conseil Supérieur économique et validé par le Conseil Général des Hautes Ecoles, doit maintenant se poursuivre par la rédaction d'un référentiel d'enseignement et d'évaluation.

En guise de conclusion, il est nécessaire de souligner que ce plan d'actions sera amené à subir des modifications au cours du temps en fonction des avancées réalisées et des nouvelles priorités qui ne manqueront pas d'être dégagées. La démarche qualité, afin qu'elle soit efficace, ne s'arrête pas à cette première évaluation mais doit être continue et constructive.

AXE 1 : La démarche qualité et la gouvernance Forces	Recommandations / Forces	Descriptions des actions	Degré de priorité * / ** / ***	Responsable s	Degré de réalisation / échéances	Résultats attendus	Conditions de réalisation
Diffusion du rapport et de ses conclusions (RFS, chapitre 1, 1 ^{ère} recommandation, p.4).	Diffuser le RAE et ce plan d'actions sur l'Ecole virtuelle.	***	Direction de catégorie	Janvier 2012	Informier l'ensemble des personnes concernées par le cursus (Enseignants, Administratifs et Professeurs invités de la catégorie économique,étudiants des cursus évalués...).		
Pérenniser les réunions des commissions d'évaluation interne des deux cursus	Réunir les membres des commissions internes d'évaluation de manière régulière	**	Direction de catégorie Coordinatrices qualité	2 X/an (au minimum)	Vérifier et adapter la mise en œuvre de ce plan d'actions.		
Participation des étudiants aux organes de gestion (RFS, chapitre 1, 1 ^{ère} recommandation, p.5).	Organiser une séance d'informations sur la procédure de sélection et sur les mandats des représentants. Elle aurait lieu avant le 15 novembre chaque année académique.	**	Les représentants de la catégorie économique au conseil étudiants	Novembre 2012	Accroître la participation des étudiants à ces organes.		
Accueil des étudiants (RFS, chapitre 1, 2 ^{ème} recommandation, p.5).	Impliquer le Conseil étudiant dans l'accueil des nouveaux arrivants en 1 ^{ère} année.	**	Représentants de la catégorie économique au conseil étudiants	Octobre 2011	Susciter chez les nouveaux arrivés l'envie de faire partie de la structure étudiante.		
Evaluation des enseignements par les étudiants (RFS, chapitre 1, 7 ^{ème} recommandation, p. 5)	Mise en place d'un système de tutorat dans le cadre du Service d'Aide à la Réussite. • Proposer un questionnaire d'évaluation des enseignements ; • Dans un premier temps, diffuser le questionnaire auprès des étudiants de 1 ^{ère} année ; • Ensuite, diffuser le questionnaire auprès des étudiants de 2 ^{ème} et de 3 ^{ème} année.	***	Le SAR	Lancé en 2009-2010		Réalisé en avril 2011 Cellule « Qualité – Compétences » HEPL	Avril 2012

AXE 2 : Les programmes / Forces	Descriptions des actions	Degré de priorité */ ** / ***	Responsables	Degré de réalisation / échéances	Résultats attendus	Conditions de réalisation
Rédaction d'un référentiel des enseignements et d'évaluation.	Elaborer un référentiel d'enseignement et d'évaluation sur base d'un référentiel de compétences.	***	Coordoniateur Compétences Cellule « Qualité – Compétences » HEPL	2016	Disposer d'un référentiel précisant les acquis d'apprentissage poursuivis et les modalités de leur évaluation.	
Informer les étudiants sur les possibilités de passerelle entre les 2 cursus (RFS, chapitre 2, 1 ^{ère} En synthèse, 1 ^{ère} recommandation, p.6).	Etudier les possibilités de passerelle entre les 2 cursus	**	Le service des étudiants – les professeurs	Déjà effectif via le programme personnalisé		
	<ul style="list-style-type: none"> • Intensifier les rencontres avec les professionnels du métier pour : <ul style="list-style-type: none"> - expliquer leur travail - partager avec les étudiants leur expérience dans le cadre de cours, du Job Day et du Séminaire « Emploi ». 		Les professeurs des 2 cursus	Novembre 2010	Aider les étudiants dans la construction de leur identité professionnelle.	
	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborer un référentiel d'enseignement et d'évaluation sur base d'un référentiel de compétences. 	***	Coordoniateur Compétences Cellule « Qualité – Compétences » HEPL	2016	Différencier les acquis d'apprentissage poursuivis par les deux sections	
Lisibilité des références bibliographiques dans les syllabus (RFS, b. Syllabi, p.7).	<ul style="list-style-type: none"> • Organiser une réunion d'information ; • Rédiger un document de synthèse reprenant ce qui est demandé aux enseignants au niveau des syllabus ; • Diffuser ce document à l'ensemble des enseignants. 	***	Le Directeur-Président La cellule Communication	Réalisé en 2011	Améliorer la rédaction des références bibliographiques dans les notes de cours et induire ce mécanisme chez les étudiants lors de la rédaction de leur TFE.	

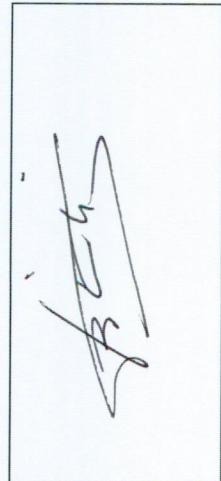
Recommendations / Forces	Descriptions des actions	Degré de priorité */ ** / ***	Responsables	Degré de réalisation / échéances	Résultats attendus	Conditions de réalisation
Usage des langues (RFS, Eléments spécifiques au CE et au MK, p.8)	<p>Aménager des plages horaires pour les tables de conversation.</p> <p>Promouvoir le site www.wallangue.be et étudier la possibilité de l'acquisition de matériel (ex : écouteurs) afin que les étudiants puissent y accéder à la bibliothèque.</p> <p>Accueillir des assistant(e)s en anglais, espagnol et allemand.</p> <p>Intégrer les étudiants de marketing dans ce type de projets.</p>	<p>***</p> <p>**</p> <p>**</p>	<p>Les horairistes</p> <p>Les professeurs de langue</p> <p>Les bibliothécaires</p>	<p>Réalisé en 2011</p> <p>Lancé en novembre 2011</p>	<p>Rendre les tables de conversation plus attractives.</p> <p>Favoriser l'auto-apprentissage de l'anglais et des langues nationales.</p>	
Projets <explorT>					<p>Réalisé en mars 2011</p>	<p>Organiser des tables de conversation animées par des « natives speakers ».</p> <p>Offrir de nouvelles possibilités au niveau des stages pour les étudiants marketing.</p>

AXE 3 : Vie étudiante	Recommandations / Forces	Descriptions des actions	Degré de priorité */ ** / ***	Responsables	Degré de réalisation / échéances	Résultats attendus	Conditions de réalisation
Formalisation d'un réseau entre les entités et l'extérieur (RFS, chapitre 3, p.10 et chapitre 4, p.13).	Création d'une base de données qui reprendrait l'ensemble des anciens étudiants de la Haute Ecole.	**	Cellule Emploi Equipe informatique DGE	Septembre 2012	Faciliter l'intégration professionnelle des étudiants.		
Dispositifs d'aide à la réussite et participation des étudiants (chapitre 3, 1 ^{ère} recommandation, p.10)	<p>Organiser des séances de remédiation en adéquation avec les horaires des étudiants.</p> <p>Mettre en ligne le test de français.</p> <p>Mettre en place de nouvelles activités de remédiation et de remise à niveau.</p>	<p>***</p> <p>***</p> <p>***</p>	<p>Horairstes et responsable du SAR</p> <p>SAR Equipe informatique DGE</p> <p>SAR</p>	<p>Réalisé en septembre 2011</p> <p>Septembre 2012</p> <p>Septembre 2012</p>		<p>Maximaliser le taux de participation.</p> <p>Tout au long de l'année, au rythme des demandes et besoins des étudiants</p>	

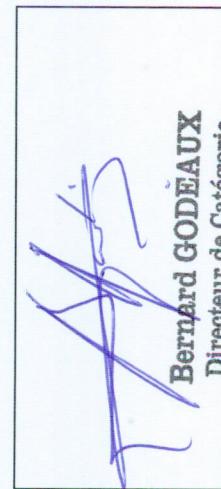
AXE 4 : Les ressources humaines et matérielles		Descriptions des actions		Degré de priorité *** / ** /	Responsables	Degré de réalisation / échéances	Résultats attendus	Conditions de réalisation
Recommandations / Forces								
Renforcer la présence de professeurs invités en CE (RFS, Eléments spécifiques au Ce et au MK, p. 8).	Engager des professeurs invités en Commerce extérieur.	• Organiser une rencontre entre professeurs invités et professeurs statutaires de la section. Informations destinées aux professeurs invités (RFS, Eléments spécifiques au CE et au MK, p.8 et 9).	• Publier une brochure informative	**	Direction de catégorie	Réalisé en 2010	Bénéficier d'une approche pragmatique et professionnelle en complémentarité d'une approche plus académique.	
Information des (nouveaux) professeurs	Publier une brochure informative.			*	Direction de catégorie	2016	<ul style="list-style-type: none"> Assurer l'accueil et l'intégration des professeurs invités Assurer la cohérence pédagogique entre les différents cours et favoriser l'échange de bonnes pratiques 	Fournir une information complète et détaillée à l'ensemble des enseignants.

AXE 5 : L'ouverture vers l'extérieur	Rec commandations / Forces	Descriptions des actions	Degré de priorité	Responsables	Degré de réalisation / échéances	Résultats attendus	Conditions de réalisation
Développement des contrats d'échanges bilatéraux au niveau international (RFS, chapitre 5, p.13).	Signer des accords avec des universités des pays du BRIICC : - Brésil - Russie	**	Bureau des relations internationales	• réalisé en 2010 • réalisé en novembre 2012	• Développer les échanges internationaux entre les étudiants ; • Favoriser la mobilité internationale ; • Sensibiliser les étudiants à la créativité.		
Construction d'un nouveau programme interculturel consacré à la créativité et à la création d'entreprises.	• Rentrer le dossier administratif. • Organiser le programme	**	Bureau des relations internationales	2013, 2014, 2015			
Ouverture internationale et nationale (RFS, chapitre 5, p. 13).	• Mettre en place d'un système de parrainage des Erasmus In ; • Organiser des journées d'accueil des étudiants Erasmus In.	**	Bureau des relations internationales Service d'aide à la réussite	Réalisé en 2011	Favoriser l'intégration des Erasmus In.		
Intégration des différents contacts issus du monde de l'entreprise dans un réseau formalisé (RFS, chapitre 5, p.13).	Etudier la faisabilité de la création d'une base de données formalisée reprenant l'ensemble des contacts issus du monde de l'entreprise (stages, conférences,...).	*	Coordination des stages Cellule communication	2016	Faciliter les prises de contacts lors de la recherche de stages.		

Le Directeur-Président



Le Directeur de la catégorie économique



Les coordonnatrices de l'autoévaluation

