



ISFCE

PLAN D'ACTION ACTUALISE
Bachelier en Marketing

Mai 2024

Contextualisation

La section Marketing a connu des changements depuis ces 3 dernières années, notamment suite au départ à la pension de la précédente direction. Parallèlement à ce départ, l'ISFCE a également accusé les conséquences de la pandémie du covid 19. La stratégie de gestion de l'établissement a ainsi été repensée pour répondre au mieux aux nouvelles priorités qui se sont imposées.

Ajoutons également que, l'établissement disposant de 4 sections dans le secteur économique, les actions ont de plus en plus tendance à être réalisées à un niveau institutionnel, même si chaque section en particulier conserve encore certaines particularités.

En ce qui concerne le plan d'action, il nous a paru pertinent de maintenir les 3 axes prioritaires suivants : la cohérence pédagogique, l'aide à la réussite et la communication interne. Les changements effectués se situent donc au niveau des actions à réaliser et des indicateurs. Les indicateurs du précédent plan d'actions nous semblaient peu pertinents, c'est pourquoi nous les avons également revus et réduits afin qu'ils soient plus réalistes.

Axe 1 : La cohérence pédagogique

Les activités en entreprises

Différentes activités pour créer des liens entre formation et monde professionnel sont organisées régulièrement dans la section, parfois de concert avec les sections Assistant de direction et Comptabilité.

Ces activités en intersection permettent également de faire ressortir des compétences transversales (soft skills) inhérentes aux UE et indispensables dans le monde professionnel (exemple : gestion du temps, communication, confiance en soi, intelligence émotionnelle, créativité, etc.). Afin de mettre ces soft skills en évidence et organiser des événements ayant pour but de les développer, les enseignants ont réalisé un tableau de synthèse Drive, posté également sur Moodle, sur lequel chacun indique les softs skills liées à son UE.

Dans le même esprit, un projet de « case study » sur deux semaines de cours intégrant quatre UE est prévu pour l'année scolaire 2024-2025.

L'orientation vers le marketing digital

L'ancienne mouture du programme du bachelier en marketing ne prévoyait aucun cours orienté vers le marketing digital. Pour pallier ce manque, les enseignants de la section avaient organisé, en juin 2022, un webinar sur le digital impliquant deux anciens étudiants de bachelier et deux experts.

Désormais, depuis l'année scolaire 2023-2024, la nouvelle mouture du programme est entrée en vigueur et une UE est consacrée au digital. Cette orientation ne devient donc plus une priorité comme c'était le cas les années précédentes. Cependant, les étudiants sont fortement encouragés à choisir des stages qui permettent de développer leurs compétences en marketing digital.

Recommandations / Forces	Description des actions	Degré de priorité (1-2-3)	Responsable(s)	Degré de réalisation / Échéance	Résultats attendus	Indicateurs de suivi
Coordination des enseignements.	<ul style="list-style-type: none"> • Réunions de coordination <ul style="list-style-type: none"> ○ De tous les enseignants de la section. ○ Rapport écrit complet <ul style="list-style-type: none"> ▪ Des conclusions et décisions adoptées. ▪ Publication du rapport sur la plateforme Moodle de l'établissement. 	3	Coordinateur de section ; Chargés de cours ; Coordonnatrice de la qualité.	Au début de chaque période (4 / an).	<ul style="list-style-type: none"> • Coordination des objectifs d'enseignement de chaque UE. • Clarification des objectifs d'enseignement de chaque UE. • Continuité et unité de l'enseignement des UE complémentaires (cohérence des prérequis). • Amélioration et coordination <ul style="list-style-type: none"> ○ des fiches UE, ○ des grilles d'évaluation. • Partage et coordination des ressources pédagogiques. <ul style="list-style-type: none"> ○ Documentation. ○ Outils informatiques. ○ Contacts en entreprises. ○ Anciens étudiants. 	PV des réunions postés dans l'espace « coordination pédagogique » de la section sur Moodle.

Évaluation des enseignements par les étudiants.	<ul style="list-style-type: none"> • Questionnaire d'évaluation <ul style="list-style-type: none"> ○ Propre au cours. ○ Format électronique et papier. • Questionnaire complété lors du dernier cours. <ul style="list-style-type: none"> ○ Remis sous format papier. ○ Envoyé électroniquement. 	3	Chargés de cours.	Au terme de chaque cours, avant l'évaluation.	<ul style="list-style-type: none"> • Identification des attentes des étudiants en fonction : <ul style="list-style-type: none"> ○ De leur formation antérieure ; ○ De leur expérience professionnelle ; ○ De leurs projets professionnels. • Vérification de l'adéquation <ul style="list-style-type: none"> ○ De la fiche UE ; ○ Des supports de cours proposés ; ○ Du formulaire d'évaluation de l'enseignement ; ○ Du rythme de l'enseignement, ○ De l'évaluation certificative, ○ Des activités de transition professionnelle. 	Feedback personnel réalisé chaque année par l'enseignant et archivage des questionnaires au secrétariat.
Transition professionnelle des enseignements.	<ul style="list-style-type: none"> • Conférences régulières : <ul style="list-style-type: none"> ○ Par des anciens étudiants. ○ Par des dirigeants et cadres d'entreprise. • Visites régulières : <ul style="list-style-type: none"> ○ En entreprises, ○ De salons et autres événements de promotion de l'activité de marketing. <p>Un projet de « case study » sur 2 semaines de cours intégrant 4 UE verra le jour en 2024-2025.</p>	2	Chargés de cours.	Chaque année. Année scolaire 2024-2025	<ul style="list-style-type: none"> • Démonstration des applications professionnelles directes des acquis d'apprentissages. • Adaptation concrète et critique des acquis d'apprentissage à la pratique professionnelle. • Conscientisation : <ul style="list-style-type: none"> ○ Des exigences des connaissances et des comportements professionnels, ○ Des opportunités professionnelles issus de la formation académique. ○ Des exigences attendues des stagiaires en entreprises. • Présentation des possibilités de stages prescrits par le programme de la formation. 	Fiches détaillées avec les activités proposées et les liens avec les dossiers pédagogiques archivées au secrétariat. <u>A FAIRE</u> : Réaliser une enquête qualitative auprès des étudiants concernés pour recueillir leur avis sur la pertinence de ces visites/activités.

<p>Diversification des méthodes et approches pédagogiques.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Promotion de la formation continue des enseignants au moyen de : <ul style="list-style-type: none"> ○ Formation en ligne (webinaire). ○ Participation à des colloques ou conférences. • Financement de l'acquisition d'ouvrages ou d'abonnements scientifiques. 	<p>2</p>	<p>Chargés de cours ; Direction.</p>	<p>Annuellement et de manière permanente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptation constante des acquis d'apprentissage : <ul style="list-style-type: none"> ○ A l'évolution scientifique, ○ A l'évolution de la pratique professionnelle des entreprises (approche micro-économique) ○ Aux nouvelles réalités économiques (approche macro-économique). • Optimisation des périodes d'autonomie. 	
--	---	----------	--	---	---	--

<p>Développement de l'enseignement hybride.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Approfondissement et promotion de l'utilisation de la plateforme Moodle. • Promotion de l'enseignement hybride. 	<p>3</p>	<p>Chargé de cours ; Coordinateur de section ; Direction.</p>	<p>Annuellement et en permanence.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Familiarisation et formation des étudiants aux nouvelles méthodes de travail en entreprises. • Adéquation de l'enseignement aux contraintes professionnelles et familiales spécifiques aux étudiants de l'enseignement de promotion sociale. • Alignement des rythmes scolaires de l'établissement sur les congés et vacances scolaires de l'enseignement obligatoire. 	<ul style="list-style-type: none"> • Information des méthodes d'e-learning dans les fiches UE. • Rapports d'enseignement • hybride à l'intention de la direction. <p><u>A FAIRE</u> : Réaliser une enquête qualitative sur les avantages ou désavantages de l'enseignement hybride.</p>
---	--	----------	---	---------------------------------------	--	--

<p>Orientation de l'enseignement vers le marketing digital.</p>	<p>Conférences de chef d'entreprises actives dans le secteur de l'e-marketing.</p> <p>Identification des formations en ligne sur l'e-marketing.</p> <p>Encourager les étudiants à choisir des stages permettant de développer des compétences en marketing digital.</p>		<p>Chargé de cours</p>	<p>Annuellement et en permanence.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Valorisation des acquis d'apprentissage en vue des stages ou du premier emploi. 	
---	---	--	------------------------	---------------------------------------	---	--

Axe 2 : L'aide à la réussite

Quelques nouveautés en matière d'aide à la réussite ont vu le jour ces deux dernières années.

Suite au constat des lacunes en langue française chez les étudiants, et de leurs difficultés à organiser leur temps, à structurer et à rédiger l'épreuve intégrée, il nous est apparu indispensable d'organiser des cours de remédiation en français et en méthodologie.

Un plan d'accompagnement des étudiants a d'ailleurs été réalisé en 2022-2023 afin de planifier et de répertorier l'aide existante¹.

Pour aider les étudiants à faire des liens entre leurs UE et les attentes de l'épreuve intégrée, des séances « refresh » sont également organisées tout au long de l'année par les enseignants principaux de la section marketing.

Dans la section, l'aide à l'acquisition des langues étrangères nous semble également être une priorité en regard des exigences sur le marché du travail, c'est pourquoi des séances de coaching en langues pour préparer l'embauche ont été développées ces dernières années également.

¹ https://www.isfce.org/public/pdf/plan_accompagnement/plan_2023-2026.pdf

Recommandations / Forces	Description des actions	Degré de priorité (1-2-3)	Responsable(s)	Degré de réalisation / Échéance	Résultats attendus	Indicateurs de suivi
Création d'une cellule interne et permanente consacrée à l'aide à la réussite.	<ul style="list-style-type: none"> • Coordination et publication des diverses initiatives utiles à l'aide à la réussite. • Diffusion de l'information relative à l'aide à la réussite. • Organisations de cours de remédiation en français ou en méthodologie. 	3	Direction. Enseignant chargé de cours d'aide à la réussite	Annuellement et en permanence.	<ul style="list-style-type: none"> • Identification des besoins des étudiants et de nature à justifier une mesure spécifique d'aide à la réussite. • Adéquation des mesures d'aides à la réussite. • Actualisation des mesures d'aides à la réussite en fonction des besoins des étudiants. 	Nombre d'étudiants ayant bénéficié de l'aide à la réussite.

<p>Aide à l'orientation des étudiants en difficulté après chaque conseil des études.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Réunions régulières de section. • Utiliser l'application REMARQUES sur l'espace prof afin de faciliter le conseil des études et de laisser des traces écrites. 	<p>3</p>	<p>Chargés de cours de la section ; Direction.</p>	<p>Au terme de chaque période (4 / an).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identification collective des étudiants en difficulté scolaire. • Élaboration de mesures générales d'aide à la réussite. • Proposition individuelle de mesures générales ou personnelle d'aide à la réussite. 	<p>Fréquence d'utilisation de l'application REMARQUES.</p>
--	---	----------	--	---	---	--

<p>Organisation des délégations étudiantes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elire 2 étudiants délégués par section chaque année 	<p>3</p>	<p>Chargés de cours. Étudiants en deuxième ou troisième année.</p>	<p>Annuellement durant le mois d'octobre.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Favoriser la participation étudiante dans le management de la qualité • Répondre au plus près au besoin des étudiants • Faciliter la communication entre la direction et les étudiants 	<p>PV des réunions de délégués étudiants sur Moodle, dans l'espace qualité.</p>
<p>Adaptation de l'épreuve intégrée.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Élaboration d'une nouvelle grille d'évaluation. • Évaluation de la production écrite et de la présentation orale lors de la défense. 	<p>3</p>	<p>Chargés de cours de la section.</p>	<p>Annuellement durant le mois d'octobre.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Alignement pédagogique entre les acquis d'apprentissage et l'épreuve intégrée. • Promotion de l'expression orale. 	<p>Évolution des résultats de l'épreuve intégrée.</p>

<p>Encadrement et accompagnement des étudiants dans le cadre de l'épreuve intégrée.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Information des étudiants dès la deuxième année. • Organisation précise de l'échéancier des différentes visites d'accompagnement . • Orientation des cours sur la recherche et la formulation de problématiques d'études. • Séances « Refresh » en cours d'année visant à rappeler les liens entre cours et EI. 	<p>3</p>	<p>Chargés de cours de la section.</p>	<p>Annuellement</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Adéquation des sujets choisis en fonction de l'intérêt et des aptitudes de l'étudiant. • Évolution de la recherche et de la réflexion intellectuelle et scientifique de l'étudiant. • Apprentissage à l'exécution d'un travail individuel sous la direction d'un chef d'entreprise ou d'un cadre. 	<p>Évolution des résultats de l'épreuve intégrée.</p>
---	--	----------	--	---------------------	---	---

Axe 3 : La communication interne

La mise sur pied d'une cellule « communication » depuis 3 ans nous semble indispensable pour promouvoir l'école, créer un sentiment d'appartenance à celle-ci et informer les étudiants. Celle-ci est composée de la direction, d'un membre du secrétariat et d'un enseignant en langues qui possède également un master en communication. Il est chargé de la publicité et de la diffusion des activités de l'école et de la démarche qualité sur les réseaux sociaux et sur le site internet de l'école.

Recommandations/Forces	Description des actions	Degré de Priorité (1/2/3)	Responsable(s)	Degré de réalisation/ Echéance	Résultats attendus	Indicateurs de suivi
Rendre la démarche qualité visible pour les différents acteurs	Publier sur Moodle et sur le site de l'école les différents indicateurs de suivi (statistiques, résultats d'enquêtes, activités de l'école etc.) Organiser la délégation étudiante par section	3	Direction ; Coordonnatrice qualité ; coordinateur de section	En juin de chaque année Chaque année, en octobre	Clarification et transparence de la démarche Rendre les étudiants acteurs de la démarche qualité	<u>A FAIRE :</u> Sondages auprès des étudiants, et via les délégués de section, sur la connaissance de la démarche qualité et des actions mises en place.
Améliorer la communication sur les dispositifs de soutien	Informers les étudiants sur le site, par mail, après un conseil des études, des possibilités	3	Direction ; Coordonnatrice qualité ; coordinateur de section	En septembre et en février de chaque année	Maintenir la motivation des étudiants et favoriser la réussite	<u>A FAIRE :</u> Sondages auprès des étudiants, et via les délégués de section, sur la connaissance des dispositifs de soutien.

	de soutien à l'ISFCE.					
--	--------------------------	--	--	--	--	--