

# DÉLIBÉRATION

## Conseil d'administration

Séance du 16 mars 2021

Délibération  
n°23-2021  
Point 4.9.2

### Point 4.9.2 de l'ordre du jour

**Prolongation d'accréditation de la LP Métiers de la Communication – Publicité et de la LP Métiers du BTP: Bâtiment et Construction**

#### EXPOSE DES MOTIFS :

Lors de la campagne d'évaluation de 2016/2017 (vague C), deux licences professionnelles de l'offre de formation de l'IUT ont été accréditées pour trois ans, et non pour les pleines cinq années.

Rappel des avis du CNESER (Conseil national de l'enseignement supérieur et de la recherche) :

DEG	Métiers de la communication : publicité		<b>avis conforme - accréditation 3 ans</b> Bilan d'étape à 3 ans pour vérifier l'amélioration de l'insertion immédiate des diplômés et, corrélativement, la baisse des poursuites d'études.
STS	Métiers du BTP : bâtiment et construction	co-accr. ENSA Strasbourg	<b>avis conforme - accréditation 3 ans</b> Bilan d'étape à 3 ans pour vérifier l'effet sur l'insertion professionnelle de la mise en œuvre de pratiques pédagogiques plus axées sur la pratique. Dans ce cadre, il est suggéré d'explorer la voie de l'alternance.

Ces accréditations arrivent à échéance cette année.

L'IUT a exprimé son souhait de prolonger ces deux LP et a fourni des éléments (cf. ci-joints) qui répondent aux raisons qui avaient conduit à une accréditation réduite à 3 ans.

L'instruction du dossier de prolongation par la DGESIP aura lieu début 2021, en vue d'une accréditation hors vague de juillet 2021 par le CNESER.

Le 26 janvier 2021, la Commission de la formation et de la vie universitaire a approuvé, par 22 voix pour (unanimité).

#### Délibération :

Le Conseil d'Administration de l'Université de Strasbourg approuve la prolongation d'accréditation de la LP Métiers de la Communication – Publicité et de la LP Métiers du BTP: Bâtiment et Construction.

**Résultat du vote :**

Nombre de membres en exercice	37
Nombre de votants	28
Nombre de voix pour	24
Nombre de voix contre	0
Nombre d'abstentions	0
Ne participe pas au vote	4

**Destinataires :**

- Madame la Rectrice déléguée pour l'enseignement supérieur, la recherche et l'innovation
- Direction générale des services
- Direction des finances
- Agence comptable

Fait à Strasbourg, le 1<sup>er</sup> avril 2021

La Directrice générale des services



Valérie GIBERT

# Demande de prolongation d'accréditation

## Licence Professionnelle Métiers de la Communication : publicité (mention)

### Parcours : Métiers de la Publicité

*Précision préliminaire : ce document reprend une partie des éléments transmis au HCERES début 2018 et met à jour les informations pertinentes*

Dans son avis du 20 novembre 2017, le HCERES considérait que :

*« Les documents transmis par l'Unistra (absence de réponse au rapport bilan et fiche projet n'évoquant même pas les difficultés d'insertion professionnelle) ne permettent pas de résoudre les problèmes soulevés par cette formation (notamment une insertion professionnelle trop faible et une poursuite d'études trop forte), ni de démontrer qu'il existe des possibilités d'insertion professionnelle à bac+3 dans les métiers visés par la formation.*

*Compte tenu de l'ensemble de ces éléments cette formation ne devrait pas être reconduite en l'état. »*

Nous avons précisé à l'époque que « la fiche AOF envoyée le 7 septembre à la DES constituait pour nous la réponse aux remarques du HCERES. Nous n'avions pas envoyé d'observation particulière en réponse au dossier d'évaluation du HCERES étant donné qu'il n'y avait pas de donnée factuelle à corriger et que le projet de restructuration de la licence était présenté dans la fiche AOF. Il y a eu visiblement une erreur d'interprétation sur les modalités de réponse au HCERES ». **La formation a en effet subi une restructuration profonde ; une nouvelle maquette** (à la fin de ce document) **a été mise en place à la rentrée 2018. Elle a été élaborée en étroite collaboration avec nos partenaires professionnels. Des modifications ont été apportées suite aux conseils de perfectionnement** (un par année) **et aux évaluations anonymes de la formation par les étudiant.e.s** (une par année).

**Concernant tout particulièrement l'insertion professionnelle**, les dernières enquêtes de l'ORESIPÉ montrent,

- pour les diplômés en 2017 : un taux d'insertion à **100% à 18 mois** et à **87% à 36 mois**. En 2019, il n'y avait que 5 diplômés en poursuite/reprise d'études (sur les 20 répondants).
- Pour les diplômés en 2016 : un taux d'insertion à **85% à 18 mois** et à **73% à 36 mois**. En 2018, il n'y avait qu'un diplômé en poursuite/reprise d'études (sur les 17 répondants).
- Pour les diplômés en 2015 : un taux d'insertion à **92% à 18 mois** et à **81% à 36 mois**. En 2017, il n'y avait que trois diplômés en poursuite/reprise d'études (sur les 20 répondants).

Nous nous permettons de rappeler que l'ORESIPÉ n'a pas encore mené les enquêtes auprès des **diplômés en 2019**, formés avec la nouvelle maquette.

Un deuxième **indicateur** des réelles possibilités **d'insertion professionnelle est le nombre d'alternants** stable ces dernières années (même en pleine crise sanitaire liée au coronavirus) :

- Promotion 2020-2021 : 13 alternant.e.s (dont 12 apprenti.e.s et 1 en contrat de professionnalisation).
- Promotion 2019-2020 : 12 alternant.e.s (dont 9 apprenti.e.s et 3 en contrat de professionnalisation).
- Promotion 2018-2019 (première avec la maquette restructurée en profondeur) : 13 alternant.es. (dont 11 apprenti.e.s et 2 en contrat de professionnalisation).
- Promo 2017-2018 (dernière avec l'ancienne maquette) : 11 apprenti.e.s.

\*\*\*\* \*\*

## Moyens mis en place dans la nouvelle maquette pour favoriser l'insertion professionnelle

En effet, **la nouvelle maquette** (en annexe) **est le résultat d'une restructuration profonde** menée par la nouvelle direction et avec l'accompagnement de nos partenaires professionnels (signataires de conventions, vacataires professionnels et professionnels qui accueillent nos stagiaires et nos apprenti-e-s), l'IDIP (Unistra) et le C@fé (IUT).  
Pour rappel :

- **Cette licence vise une insertion professionnelle immédiate, en agence ou chez l'annonceur.**
- Pour ce faire, les compétences professionnelles visées par la licence ont été élaborées **en étroite concertation avec nos partenaires professionnels du champ de formation** ; elles correspondent à celles recherchées sur le marché de l'emploi à Bac +3.
- De plus, **tous les supports de communication** (on line et off line) ont été revus ; ils **précisent que les contenus de la formation sont élaborés pour permettre à nos diplômé.e.s une insertion immédiate.**
- **Plus de 40% des enseignants** sont des **vacataires professionnels** du secteur de la communication et de la publicité.
- **La formation est offerte en alternance** (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation).
- En outre, un **cours d'aide à l'insertion professionnelle** a été créé (voir ci-dessous).
- **Renforcement des contenus permettant aux étudiant.e.s de mettre en pratique leurs connaissances.**  
Plus précisément :
  - Les UE ont été restructurées autour de la stratégie en communication (voir ci-dessous)
  - La période de stage a été prolongée à 18 ou 20 semaines. Cette mesure suit directement les demandes de nos partenaires professionnels.
  - Un challenge de la rentrée a été mis en place. Les étudiant.e.s « rencontrent » leur futur métier en travaillant en groupe pour un client réel (voir ci-dessous).
  - Le mémoire est devenu un mémoire de recherche appliquée (décrit ci-dessous).

*D'autres mesures et ressources mises en place par le département Information-Communication contribuent également à cet objectif d'insertion professionnelle immédiate de la LP :*

- Une **politique active de signatures des conventions** de partenariat.
- La création d'un **événement annuel de rencontre entre les étudiant.e.s et des représentants des entreprises** : « Job'Event » qui entre dans sa 4<sup>ème</sup> édition.
- Le **rattachement d'un poste de PAST au département information-communication dont la mission principale est de développer les relations avec les entreprises** (recherche de stages, de contrats d'apprentissage, de partenariats, organisation de forums etc.)
- **L'implantation du CRM E-Deal (logiciel de gestion de la relation client)** au département information-communication, projet piloté et financé par l'Université de Strasbourg, qui a pour objectif d'assister le PAST dans ses missions.

La maquette **prend également en compte les remarques et suggestions adressées par le HCERES dans le dossier d'évaluation de mai 2017**. Nous les reprenons dans les paragraphes suivants, point par point (en bleu et en retrait), pour préciser les réponses que nous apportons.

### Extraits de la conclusion de l'évaluation du HCERES

#### « Points faibles :

- *Malgré les efforts faits pour coller au marché du travail, incertitude sur l'existence d'un véritable marché pour ce niveau de sortie (licence), ce qui se traduit par une poursuite d'études importante. »*

Malgré un contexte économique défavorable (la poursuite d'études est une alternative au risque de chômage), les résultats des enquêtes de l'ORESIPE auprès des diplômés (détaillés ci-dessus) révèlent l'existence d'un véritable marché pour le niveau de sortie Bac+3.

En outre, un sondage exploratoire réalisé auprès de diplômés et de professionnels de la formation démontrait que la poursuite d'études était en partie liée à une perception erronée de certains étudiants quant à leurs chances d'intégrer le marché du travail immédiatement après la licence. Les **rencontres avec les professionnels de la communication**, organisées par le Département Information-Communication (Job'Event, table ronde avec l'Union des Conseils en Communication Grand Est), permettent d'expliquer aux étudiant.e.s que la poursuite d'études n'est pas nécessaire car **la licence leur permet d'accéder directement aux postes de chef.fe de publicité junior, assistant chef.fe de publicité, chargé.e ou responsable de communication**. En d'autres termes, les professionnels confirment l'existence d'un marché de l'emploi pour nos diplômés à Bac+3 (exemple en annexe 2).

**Concernant son positionnement, les professionnels soulignent l'intérêt de cette formation qui prépare des diplômés avec un profil généraliste/polyvalent.** Ces profils ont des compétences transversales de gestion des processus liés à la conception, au suivi de réalisation et à l'évaluation des résultats d'actions publicitaires et une culture du travail collaboratif – en agence et chez l'annonceur – avec l'ensemble de professionnels de la communication et de la publicité ayant un profil hyperspécialisé.

Plus précisément, le HCERES avait souligné :

- *« Un éclatement de la formation en un grand nombre d'UE qui peut nuire à sa lisibilité. »*

Comme cela a été mentionné, la formation a fait l'objet d'une restructuration profonde (maquette en annexe). Les principales modifications qui répondent aux remarques du HCERES, sont les suivantes :

- ✓ Les **parcours d'adaptation** prennent la forme d'un « **challenge de la rentrée** ». Suivant le principe de la **pédagogie par projet**, ce challenge amène les étudiants à travailler en groupe pour produire une véritable campagne de communication pour un client réel. Objectifs : a) donner aux étudiants sans formation en communication (généralistes) les connaissances et techniques de base pour suivre la formation ; b) donner aux étudiants ayant une formation en communication (spécialistes) l'opportunité de renforcer et mettre en pratique leurs compétences<sup>1</sup> ; c) favoriser la cohésion de la promotion et le partage des compétences des spécialistes vers les généralistes ainsi que des généralistes vers les spécialistes. Les deux groupes travaillent ensemble, à plein temps durant trois semaines. Ce challenge est encadré par un.e professionnel.le (pour le suivi des objectifs de réalisation : rédaction d'un plan de communication avec des recommandations) et par un.e enseignant.e-chercheur.e (pour les objectifs d'apprentissage : mise à niveau, gestion de projets de communication).

<sup>1</sup> Il s'agit ici d'apprendre par la pratique. D'ailleurs, les experts en pédagogie reconnaissent qu'expliquer aux autres est un des meilleurs moyens d'approfondir ses savoirs et savoir-faire (cf. Formations IDIP).

Pour l'organisation de ce parcours d'adaptation, un accompagnement par l'IDIP et le C@fé est assuré depuis le début.

- ✓ Concernant la **structure de la maquette**, la **stratégie en communication est devenue l'épine dorsale** pour renforcer la cohérence et la lisibilité de l'ensemble des UE. À ce sujet, dans son dossier d'évaluation, le HCERES avait signalé : *« Il est cependant à noter que l'accent mis sur la dimension stratégique, comme objectif de formation, n'est pas adapté pour une LP »*. Nous précisons qu'il s'agit de former à la stratégie de communication qui diffère de la stratégie de l'entreprise qui, elle, doit être étudiée au niveau master. La stratégie de communication – à laquelle forme la LP Métiers de la communication : publicité – vise à mettre en œuvre les objectifs fixés par le management de l'entreprise. Le futur diplômé de la licence se charge ainsi de déterminer la mise en œuvre des actions de communication, en suivre la réalisation et évaluer les résultats, en fonction des objectifs marketing définis par la direction. Cette approche est désignée dans le métier par le nom de « copy strategy » (plan de travail créatif).

Les cours de cette **UE Stratégie publicitaire et Communication globale** prennent la forme d'études de cas réels et sont assurés par des vacataires professionnels. Les connaissances préalables à la mise en place d'une stratégie de communication sont données dans l'**UE Culture marketing**. Les contenus plus théoriques sur la communication, la publicité et sa réception font partie de l'**UE Culture publicitaire**.

L'**UE Langues, expression et communication professionnelle** propose, en plus des LV1 (anglais) et LV2 (allemand ou espagnol), un module « Techniques de négociation ». Le cours « Projet personnel et professionnel » a été réorienté pour devenir « Aide à l'insertion professionnelle / Bilan de compétences ». Dans ce cours, les étudiant.e.s préparent leur CV, leurs lettres de motivation et les entretiens d'embauche réels qu'ils auront à présenter durant l'année pour trouver un stage et pour trouver un emploi à l'issue de la Licence. Ils y apprennent également le savoir-être en entreprise et travaillent à identifier et valoriser les compétences (disciplinaires et transversales) acquises tout au long de la formation. En fin de parcours, chaque étudiant est invité à présenter le bilan de tous ses acquis lors de la soutenance du stage/apprentissage.

Par ailleurs, l'**UE Création et production publicitaire** intègre de nouveaux cours visant à renforcer les compétences appliquées en communication numérique : production audiovisuelle et développement web.

- ✓ **Le mémoire devient un « mémoire professionnel »** appliqué à la problématique de communication réelle d'une entreprise. Les étudiant.e.s peuvent ainsi valoriser ce travail lors de la recherche d'emploi. En effet, les diplômés peuvent aussi offrir des services de conseil en communication ; il convient donc de leur proposer une activité durant la formation leur permettant de s'y entraîner.
- ✓ Enfin, pour répondre à une demande récurrente de nos partenaires professionnels, **la durée du stage a été rallongée** : de 14 à **18 (ou 20) semaines**.

Le HCERES pointait également :

- *« Un faible nombre de crédit ECTS accordés au projet tuteuré qui est normalement un élément clé des LP (140h), mais une place importante donnée au mémoire de recherche dont la finalité n'est pas évidente pour une LP. »*

La restructuration du mémoire vient d'être détaillée. Valeur en ECTS = 5.

Dans la nouvelle maquette, **le projet tuteuré passe de 5 ECTS à 8 ECTS**

- *« Un projet tuteuré des alternants peu clair et visiblement peu différencié de la mission de stage et du rapport de stage. »*

Le projet tuteuré des alternants correspond à une mission qui, s'adaptant à leur emploi du temps, permet à l'apprenti.e de travailler sur un projet depuis sa conception jusqu'à la mise en place et l'évaluation des résultats,

de façon autonome et avec l'obligation de production de résultats. La démarche mise en place est donc différente de celle des missions de l'apprentissage. En outre, le projet tuteuré fait l'objet d'un rapport séparé, d'un temps de soutenance autonome et d'une grille d'évaluation différente à celle de l'apprentissage.

\*\*\*

Nous restons à disposition de l'Unistra et du Ministère pour détailler davantage la restructuration de cette licence.

## Annexe 1 : maquette offre de formation 2020 – 2021

Modules		TD	TP	Total	Coef.	ECTS
<b>UE1</b>	<b>Parcours adaptation : mise à niveau</b>			<b>72</b>		<b>6</b>
1.1	Challenge de la rentrée : insertion par la pratique d'une campagne de communication	60		60	6	
1.1.a	Cours : gestion de projets de communication	6		6		
1.1.b	Cours : exercer son leadership (spécialistes) / Initiation à la com (généralistes)	6		6		
<b>UE2</b>	<b>Langues, expression et communication professionnelle</b>			<b>84</b>		<b>6</b>
2.1	LV1 : Anglais	14	12	26	2	
2.2	LV2: Allemand ou Espagnol	20		20	1	
2.3	Techniques d'expression, communication interpersonnelle	12		12	1	
2.4	Techniques de négociation	4	8	12	1	
2.5	Aide à l'insertion professionnelle / Bilan de compétences	14		14	1	
<b>UE3</b>	<b>Culture publicitaire</b>			<b>80</b>		<b>7</b>
3.1	Histoire de la publicité	12		12	1	
3.2	Analyse sémiologique des messages publicitaires	12		12	1	
3.3	Théories de l'information et la communication	12		12	1	
3.4	Méthodologie de la recherche action (préparation mémoire)	10		10	1	
3.5	Agences et annonceurs : fonctionnement et relations entre les acteurs	10		10	1	
3.6	Psychologie du consommateur et publicité	12		12	1	
3.7	Droit de la publicité	12		12	1	
<b>UE4</b>	<b>Culture marketing</b>			<b>72</b>		<b>6</b>
4.1	Études et recherches	12		12	1	
4.2	Les marchés	12		12	1	
4.3	Plan marketing et marketing opérationnel	12		12	1	
4.4	Promotion des ventes	12		12	1	
4.5	Marketing direct	12		12	1	
4.6	E-marketing et e-publicité	12		12	1	
<b>UE5</b>	<b>Stratégie publicitaire et Communication globale</b>			<b>84</b>		<b>8</b>
5.1	Démarche stratégique	14		14	1	
5.2	Stratégie en action		16	16	2	
5.3	Médias et médiaplanning	10		10	1	
5.4	Partenariats	10		10	1	
5.5	Relations publiques et communication événementielle	10		10	1	
5.6	E-réputation et réseaux sociaux	12		12	1	
5.7	Gestion du budget	12		12	1	
<b>UE6</b>	<b>Création et production publicitaire</b>			<b>70</b>		<b>5</b>
6.1	Conception-rédaction	14		14	1	
6.2	Fabrication, édition et chaîne graphique		14	14	1	
6.3	Logiciels graphiques (PAO)		14	14	1	
6.4	Développement web		14	14	1	
6.5	Production audiovisuelle		14	14	1	
<b>UE7</b>	<b>Mémoire professionnel</b>	<b>75</b>				<b>5</b>
7.1	Mémoire et soutenance					
<b>UE8</b>	<b>Projet tutoré</b>	<b>140</b>				<b>8</b>
8.1	Projet tutoré et soutenance					
<b>UE9</b>	<b>Immersion professionnelle</b>	<b>18 - 20 semaines</b>				<b>9</b>
9.1	Stage ou Apprentissage et soutenance					
<b>Total</b>		<b>370</b>	<b>92</b>	<b>462</b>		<b>60</b>



**Annexe 2 : avis/recommandations d'un des nos partenaires professionnels signataire  
d'une convention avec le département Information-Communication et représentant une  
trentaine d'agences de communication/publicité**

Madame Brigitte Simon  
Chargée de mission Pôle relations  
Partenaires  
IUT Robert Schuman

72 Route du Rhin  
67400 Illkirch-Graffenstaden

Strasbourg, le 20 novembre 2017

**Objet : Recommandation LP Métiers de la communication, parcours « Métiers de la publicité »**

L'UCC Grand Est (Union des Agences Conseils en Communication) est un syndicat professionnel qui a pour but de regrouper les professionnels de la Région Grand Est, exerçant leur activité dans le secteur de la communication-publicité. 34 agences sont membres à fin 2017, dont une très grande part implantées en Alsace, parmi lesquelles les meilleures références : Advisa, Andromaque, Billiotte & co, BKN, Blueboat, Citeasen, Horizon Bleu, JFK, Goodway, Grafiti, Grand Voile, Idealice, Les Creatonautes, Mediarun, Oxygen, Novembre, Publicis Activ, Rezau Est, Reymann, Sleak, Terre d'Info, Tiz, Trois et Plus, Via Storia, VO.

Dans le cadre de sa politique formation, l'UCC Grand Est a signé une convention de collaboration avec le Département Information Communication de l'IUT Robert Schuman en janvier 2017, les formations DUT et Licence Professionnelle Publicité correspondant au profil des futurs collaborateurs recherchés par nos agences conseil.

Cette convention marque la volonté commune des deux partenaires de collaborer. Elle a pour principaux objectifs de développer les axes de coopération mutuelle entre le Département Information Communication de l'IUT Robert Schuman et l'UCC Grand Est , de contribuer à une meilleure insertion des étudiants dans la vie professionnelle et dans la société en général, de préparer les étudiants à la découverte du milieu professionnel et les accompagner dans cette démarche grâce à l'expertise de l'UCC Grand Est.

**Par ce courrier, l'UCC Grand Est témoigne de l'intérêt qu'elle porte en particulier à LP Métiers de la communication, parcours « Métiers de la publicité », ceci pour plusieurs raisons :**

- Cette licence professionnelle est une formation professionnelle correspondant aux métiers stratégiques et commerciaux de la communication-publicité. Elle permet une insertion professionnelle immédiate.

- Le positionnement à Bac + 3 est particulièrement en adéquation avec les besoins du marché. Il existe en effet un véritable marché pour ce niveau de sortie à bac + 3 dans les métiers visés par la formation, par exemple en tant que chargé-e de communication, chef-fe de publicité junior, etc.
- Les diplômés sont formés à analyser et à comprendre la stratégie de communication, pour pouvoir y contribuer par leur action dans le cadre d'un travail d'équipe avec leur hiérarchie.
- La dimension professionnalisante de la formation (stages, apprentissage, projets tutorés, etc) est un gage d'insertion réussie.
- La formation en alternance est particulièrement appréciée car permettant aux étudiants d'acquérir une véritable première expérience du monde professionnel.

L'UCC Grand Est confirme qu'elle souhaite la reconduction de cette Licence professionnelle, pour le bénéfice des futurs étudiants et des employeurs des domaines professionnels visés.

Recevez, Madame Simon, nos très cordiales salutations



Daniel REYT  
Président  
UCC Grand Est

*Projets, stages, alternance, réussite,  
polyvalence, compétences,  
professionnel, technologique*



## **Demande de prolongation d'accréditation de la licence professionnelle Construire Ecologique**

La présente note développe l'aspect pratique et professionnel qui s'est considérablement renforcé dans les contenus de formation de la licence professionnelle Construire Ecologique, et souligne une tendance à l'augmentation à une orientation des diplômés vers l'insertion professionnelle.

**Philippe DEUTSCH**

Chef de département

Génie Civil

Philippe.deutsch@unistra.fr

### **I. Présentation de la formation**

La Licence Professionnelle Construire Écologique est proposée conjointement par l'IUT Robert Schuman et l'École Nationale Supérieure d'Architecture de Strasbourg, ce qui constitue sa spécificité dans la nature et l'organisation des enseignements, dans la diversité des profils des candidats, et dans les débouchés accessibles aux diplômés.

La Licence Professionnelle Construire Écologique vise à former des techniciens supérieurs – cadres intermédiaires impliqués dans la conception et la réalisation de l'environnement bâti en privilégiant l'éco-conception et l'éco-construction.

L'insertion professionnelle est diversifiée, due à l'ouverture de la formation à la phase conception associée au projet d'architecture ainsi qu'à la dimension scientifique, technique et réglementaire de la partie opérationnelle.

La formation amène à une insertion dans différents secteurs d'activité du domaine de l'Eco-Construction : maîtrise d'ouvrage, maîtrise d'œuvre (Bureaux d'ingénierie et agence d'architecture), collectivités territoriales, bureaux de contrôle, entreprises.

# *Projets, stages, alternance, réussite, polyvalence, compétences, professionnel, technologique*



**Philippe DEUTSCH**  
Chef de département  
Génie Civil  
Philippe.deutsch@unistra.fr

## **II. Diversité des pratiques pédagogiques et insertion professionnelle**

Les enseignements de la formation offrent une part croissante à des pratiques pédagogiques variées et innovantes de type workshops, séminaires, master class, visites de sites, ou voyage d'études, et s'appuient sur la diversité et la complémentarité des membres de l'équipe pédagogique dans laquelle interviennent des enseignants de l'IUT, de l'ENSAS, et de nombreux professionnels (plus de 60% de l'équipe pédagogique).

Ces enseignements et méthodes d'enseignement s'articulent autour de trois axes :

- Des enseignements propédeutiques mis en place pour favoriser l'accueil des candidats aux profils diversifiés et des enseignements d'insertion professionnelle sont assurés par des professionnels et permettent de poser les objectifs de la formation et d'établir la transversalité des enseignements de « corps du métier » avec le projet tutoré et le stage
- Des enseignements techniques assurés par des enseignants titulaires emploient des pratiques pédagogiques par projet et problème et sont construits avec une alternance des contenus théoriques suivis par une mise en œuvre pratique des notions. L'intervention ponctuelle des professionnels dans le cadre de ces enseignements renforce la mise en situation professionnelle des étudiants et vise à créer un lien entre ces enseignements et la réalité du chantier
- Des enseignements de processus de conception (Projet Architectural) assurés par des professionnels permettent de mobiliser et de synthétiser l'ensemble des compétences pluridisciplinaires acquises dans les enseignements techniques

# *Projets, stages, alternance, réussite, polyvalence, compétences, professionnel, technologique*



La multiplicité des champs disciplinaires abordés, les modalités pédagogiques de travail en groupe, les liaisons recherchées entre les contenus des enseignements, le fort taux d'enseignements assurés par des professionnels (plus de 60% de volume horaire de formation), ainsi que la diversité de profils des candidats recrutés créent un échange constant de savoir-faire au sein du groupe, et renforcent le nécessaire regard critique des étudiants et leur aptitude au travail collaboratif.

## **Philippe DEUTSCH**

Chef de département

Génie Civil

Philippe.deutsch@unistra.fr

### **III. Enquêtes sur l'insertion professionnelle**

Pour améliorer l'insertion professionnelle, les recommandations du HCERES lors de la dernière évaluation (2017) ont bien été suivies dans la construction de la nouvelle maquette ainsi que dans l'organisation pédagogique. Une attention particulière est portée sur l'intensification des relations entre employeurs et étudiants : ouverture de la formation en alternance depuis la rentrée 2019, rencontres avec des professionnels, taux important d'intervenants professionnels reconnus dans leur domaine.

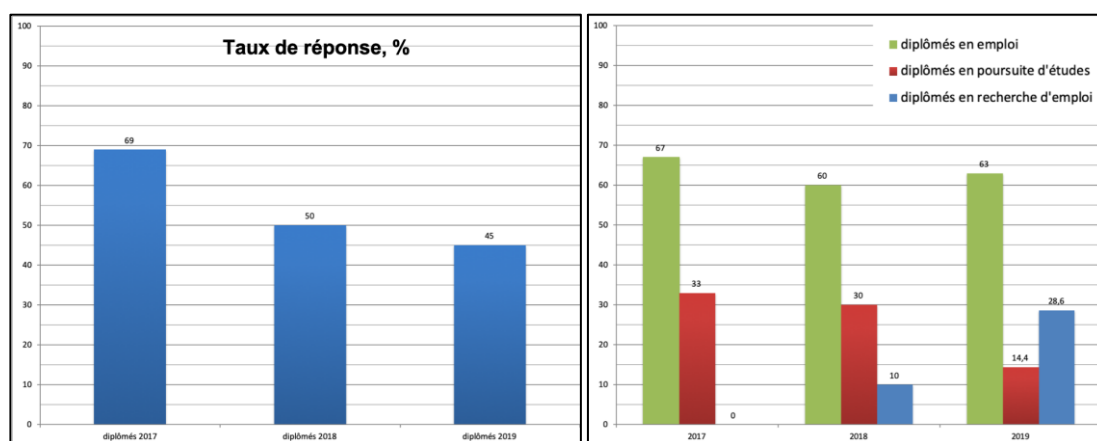
L'insertion professionnelle se fait principalement dans des postes à responsabilité dans le domaine de la maîtrise d'œuvre (cabinets d'architecture – collaborateur d'architecte, PME utilisant des techniques et/ou des matériaux de construction écologiques – conduite des projets, chargé de production), dans le domaine de la maîtrise d'ouvrage (municipalités ou collectivités territoriales – chargé d'urbanisme) ou dans le domaine du contrôle technique de construction (bureaux de contrôle – chargé d'affaires diagnostic du bâtiment).

L'aspect pluridisciplinaire des compétences acquises en formation, combiné aux expériences professionnelles vécues dans le cadre de cette licence professionnelle, incitent toutefois encore les diplômés, et ce malgré les propositions d'embauche à l'issue du stage, à compléter leur spécialisation dans le domaine de la construction écologique (poursuite d'études dans le domaine de l'architecture et des énergies, formations professionnelles dans le domaine des matériaux bio-sourcés et géo-sourcés).

# Projets, stages, alternance, réussite, polyvalence, compétences, professionnel, technologique



Dans les résultats des enquêtes internes réalisées à l'issue de la formation et concernant l'insertion professionnelle des diplômés (années 2017, 2018 et 2019) ci-dessous, on peut constater une tendance à une régression des poursuites d'études au profit d'une insertion professionnelle (diplômés en emploi ou en recherche d'emploi) croissante.



**Philippe DEUTSCH**  
Chef de département  
Génie Civil  
Philippe.deutsch@unistra.fr

Le taux de retour moyen de l'ordre de 50% de ces enquêtes relativise l'impact positif du caractère plus pratique et professionnel de certains contenus de la formation sur l'inclination des diplômés vers l'insertion professionnelle.

Par ailleurs, cette tendance à une régression des poursuites d'études s'apprécie également au travers des dernières enquêtes sur l'insertion professionnelle menées par l'Observatoire régional de l'enseignement supérieur auprès des diplômés issus de la formation initiale de la licence professionnelle Construire écologiquement :

- Pour les diplômés 2017 (enquête réalisée du 1<sup>er</sup> décembre 2019 au 30 avril 2020 ; 11 diplômés, 5 répondants) : un taux d'insertion professionnelle de 100% à 18 et 36 mois. Seuls 3 diplômés ont poursuivi leurs études.

*Projets, stages, alternance, réussite,  
polyvalence, compétences,  
professionnel, technologique*



- Pour les diplômés 2016 (enquête réalisée du 1<sup>er</sup> décembre 2018 au 31 mars 2019 ; 16 diplômés, 15 répondants) : un taux d'insertion professionnelle de 100% à 18 mois et 90% à 30 mois. Seuls 5 diplômés ont poursuivi leurs études.

Enfin, l'équipe pédagogique se mobilise autour du levier d'action de l'alternance pour dynamiser cette tendance en redéfinissant le cadre notamment de l'activité du Projet Architectural afin d'en assurer la pleine compatibilité avec le contexte de l'apprentissage.

**Philippe DEUTSCH**

Chef de département

Génie Civil

Philippe.deutsch@unistra.fr

Les porteurs du projet :

Mme VYSOCHINA – IUT

M. ALBISSER – ENSAS

M. DEUTSCH – chef du département génie civil de l'IUT

## Note méthodologique de la fiche recto verso

Les enquêtes sur les diplômés 2017 de Licence professionnelle et de Master issus de la formation initiale ont été réalisées du 1<sup>er</sup> décembre 2019 au 30 avril 2020 par l'ORESIPÉ. Le questionnaire utilisé est en partie imposé par la Direction générale de l'enseignement supérieur et de l'insertion professionnelle (DGESIP). Les réponses ont essentiellement été collectées par le biais d'un questionnaire en ligne suivi de relances téléphoniques.

### ■ Définitions

---

Taux d'insertion professionnelle : c'est le rapport du nombre de diplômés en emploi à la population active (sommés des diplômés en emploi et des chômeurs).

Emplois stables : il s'agit d'emplois sur contrat à durée indéterminée, de titulaires de la fonction publique et de travailleurs indépendants ou libéraux.

Emplois précaires : il s'agit d'emplois sur contrat à durée déterminée, sur contrat intérimaire, sur contrat aidé ...

Revenu net mensuel : correspond au salaire net mensuel avec les primes et le 13<sup>e</sup> mois en € hors temps partiel des emplois situés en France et, entre parenthèses, à l'étranger. A titre indicatif, le SMIC mensuel net au 1<sup>er</sup> décembre 2019 était de 1204,20€.

Le revenu net mensuel médian sépare la population en deux parts égales.

Les résultats des études et enquêtes de l'ORESIPÉ sont consultables et téléchargeables sur

[oresipe.unistra.fr](http://oresipe.unistra.fr)



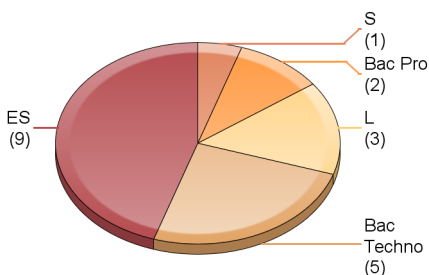
# Enquête sur le devenir des diplômés 2017 (Formation Initiale)

## LP Métiers de la publicité

### IUT Robert Schuman

#### Profil des répondants

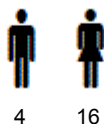
##### Répartition par type de baccalauréat



##### Académie du bac

Académie	Effectifs
Bas-Rhin	7
Haut-Rhin	2
Besançon	2
Autres académies	9
<b>Total</b>	<b>20</b>

##### Genre



##### Régime d'inscription

Régime	Effectifs
Apprentissage	8
Initiale	12
Reprise d'études non financée	0
<b>Total</b>	<b>20</b>

#### Taux de réponse

Diplômés	25
Réponses	20
<b>Taux de réponse</b>	<b>80%</b>

#### Situation principale au 01-12-2019

Situation	Effectifs
Emploi	13
Recherche d'emploi	2
Inactivité	0
Poursuite / Reprise d'études	5
<b>Total</b>	<b>20</b>

#### La formation

##### Avis sur la formation reçue



##### Adéquation emploi et ...

##### ... niveau de qualification



##### ... domaine



#### A retenir

	18 mois	30 mois
Taux d'insertion professionnelle	100%	87%
Taux d'adéquation emploi et niveau de qualification	54%	69%
Durée moyenne à l'obtention du premier emploi	2 mois	
Revenu net mensuel médian <sup>1</sup>	1020 (-) €	1506 (-) €
% ayant un emploi stable <sup>2</sup>	23%	77%

<sup>1</sup> Le revenu net mensuel médian sépare la population en deux parts égales.

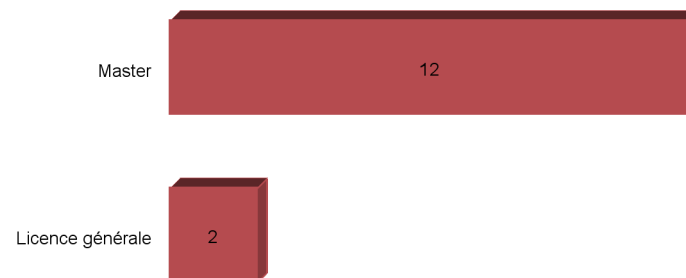
Entre parenthèses, le revenu net mensuel médian des emplois situés à l'étranger.

<sup>2</sup> Emplois stables : il s'agit d'emplois sur contrat à durée indéterminée, de titulaires de la fonction publique et de travailleurs indépendants ou libéraux.

Les résultats des études et enquêtes de l'ORESIFE sont consultables et téléchargeables sur

[oresipe.unistra.fr](http://oresipe.unistra.fr)

#### Les poursuites d'études immédiates (en 2017-2018)



■ Poursuite d'études hors Unistra

\* Autres : DU, diplôme de niveau bac+2, diplôme des métiers du notariat ...

## Caractéristiques de l'emploi occupé au 01-12-2019

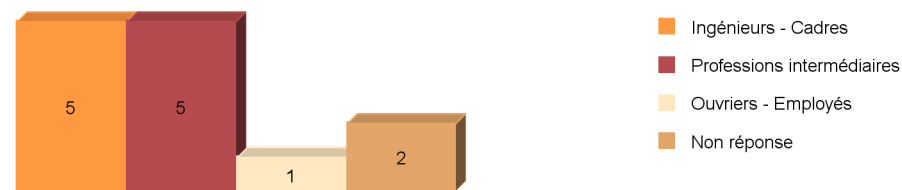
### Mode d'obtention

	Effectifs
Suite à une période d'alternance	3
Suite à un stage intégré dans vos études	2
Suite à la réussite à un concours	0
Par pôle emploi	0
Par une annonce dans la presse	0
Par une annonce sur un site web de l'université	0
Par une annonce sur un site internet	3
Par approche directe : candidature spontanée	1
En créant ou reprenant une entreprise	0
Par un cabinet de recrutement, agence d'intérim	1
Par un réseau d'anciens diplômés	0
Par votre réseau relationnel	3
Non réponse	0
<b>Total</b>	<b>13</b>

### Type de contrat

	Effectifs
Emplois stables	10
Emplois précaires	3
Non réponse	0
<b>Total</b>	<b>13</b>

### Professions et catégories socioprofessionnelles



### Localisation géographique



### Revenu net mensuel (avant prélèvement à la source)

Médiane	1506 (-) €
Minimum	1350 (-) €
Maximum	2200 (-) €
Moyenne	1625 (-) €
Concernés	11 (-)

Entre parenthèses, le revenu des emplois situés à l'étranger.

### Type d'employeurs

	Effectifs
Entreprise publique, SEM	0
Entreprise privée	12
Fonction publique	0
Assoc., org. internationale	1
Prof. libérale ou indépendante	0
Non réponse	0
<b>Total</b>	<b>13</b>

## Répertoire des secteurs d'activités, des emplois occupés et des missions exercées au 01-12-2019

### Secteurs d'activités

- Information et communication (y compris informatique) (3 diplômés)
- Activités financières et d'assurance (2 diplômés)
- Activités spécialisées, scientifiques et techniques (2 diplômés)
- Arts, spectacles et activités récréatives (2 diplômés)
- Industries (manufacturières, extractives et autres) (2 diplômés)
- Autres activités de service (dont organismes extracommunautaires, ménages en tant qu'employeurs...)
- Santé humaine et action sociale

### Liste des emplois occupés

- Assistant(e) de cabinet
- Chargé(e) de communication des salons grand public et des animations
- Chargé(e) de communication et du dialogue territorial
- Chargé(e) de communication et graphiste
- Chargé(e) de communication et marketing
- Chargé(e) de développement local
- Chargé(e) de marketing et communication (2 diplômés)
- Chargé(e) de projet événementiel
- Chargé(e) de projet marketing digital
- Chef(fe) de projet
- Commercial(e)
- Conseiller(ère) en banque

### Exemples de missions réalisées

- Communication du cabinet et de 4 sociétés partenaires
- Communication médias et hors médias; gestion des animations
- Gestion des relations presse; réalisation de cartographies; prévention
- Relation client; graphisme; gestion de la partie communication (site internet et réseaux sociaux)
- Communication; responsable de projet sur la refonte du site internet; création des supports de communication (dont réseaux sociaux); organisation d'événements; créations graphiques; production de contenu
- Recrutement de bénévoles; management de volontaires en service public; montage de projet; communication
- Gestion des réseaux sociaux; créations graphiques; gestion de sites web et des supports de communication; communication interne et externe; montage vidéo et motion design; mise en œuvre des stratégies marketing et communication (dont mise en œuvre d'actions ponctuelles); préparation des salons français et internationaux
- Gestion de site événementiel
- Gestion de la partie digitale : site internet, réseaux sociaux, emailing et newsletter
- Suivi de clientèle; conception, création et exécution de supports de communication; conseil et accompagnement
- Vente; gestion des réseaux sociaux ; création de visuels; entretien
- Accueil en agence; rendez-vous clients; gestion de l'agence et des valeurs

## DELIBERATION

### Conseil d'Institut

#### Séance du 10 décembre 2020

##### Point N°5 de l'ordre du jour

##### **Prolongation d'accréditation des LP Métiers de la Communication – Publicité et Métiers du BTP Bâtiment et Construction**

##### EXPOSE DES MOTIFS

Lors de la campagne d'évaluation de 2016/2017 (vague C), deux licences professionnelles de l'offre de formation de l'IUT ont été accréditées pour trois ans, et non pour les pleines cinq années.

Rappel des avis du CNESER (Conseil national de l'enseignement supérieur et de la recherche) :

DEG	Métiers de la communication : publicité		<b>avis conforme - accréditation 3 ans</b> Bilan d'étape à 3 ans pour vérifier l'amélioration de l'insertion immédiate des diplômés et, corrélativement, la baisse des poursuites d'études.
STS	Métiers du BTP : bâtiment et construction	co-accr. ENSA Strasbourg	<b>avis conforme - accréditation 3 ans</b> Bilan d'étape à 3 ans pour vérifier l'effet sur l'insertion professionnelle de la mise en œuvre de pratiques pédagogiques plus axées sur la pratique. Dans ce cadre, il est suggéré d'explorer la voie de l'alternance.

Ces accréditations arrivent à échéance cette année.

L'IUT a exprimé son souhait de prolonger ces deux LP et a fourni des éléments (cf. ci-joints) qui répondent aux raisons qui avaient conduit à une accréditation réduite à 3 ans.

L'instruction du dossier de prolongation par la DGESIP aura lieu début 2021, en vue d'une accréditation hors vague de juillet 2021 par le CNESER.

Les membres du Conseil d'Institut sont amenés à se prononcer sur le choix de prolongation de ces deux LP.

Nombre de membres en exercice	40
Nombre de votants	28
Nombre de voix pour	27
Nombre de voix contre	0
Nombre de vote blancs	1

##### Résultat du vote :

Le Conseil de l'IUT Robert Schuman approuve le choix de prolongation des LP Métiers de la Communication – Publicité et Métiers du BTP Bâtiment et Construction.

Fait à Illkirch, le 10 décembre 2020

La Responsable Administrative

Par délégation du Directeur  
La Responsable Administrative



AN. LEMMEL

Anne-Sophie LEMMEL