

Actualisation du Plan d'actions Bachelier en Marketing

16 novembre

2016

En recherche de cohérence qualité transversale aux Bacheliers organisés à l'EPHEC EPS, nous avons dégagé 6 lignes stratégiques. A chaque ligne stratégique, nous avons fait correspondre une couleur. Nous avons ensuite attaché les objectifs stratégiques à leur ligne respective et les avons regroupés dans un tableau en les répartissant par processus. Ces couleurs - identifiant chaque axe stratégique -, nous permettront par la suite de réaliser les « fiches actions » indispensables au pilotage (plan, do, check, act) et à l'élaboration de notre portfolio de suivi.

Qualité EPHEC
EPS



Nous sommes conscients du potentiel dont nous disposons pour réaliser notre politique d'amélioration : une mutualisation avec la Haute Ecole de certains services, une stratégie partagée, la **modularité** des programmes qui rencontre la conciliation vie professionnelle, privée et études (une vigilance cependant : l'ancrage des étudiants sur la durée - 4 ans), la flexibilité des parcours, la VAE ..., **une pédagogie de proximité adaptée à un public spécifique**¹ qui tient compte de ses besoins particuliers, le **caractère professionnalisant des enseignements (DP) dispensé par des experts externes de qualité** et **une aide de subventionnement dédiée à la coordinatrice qualité de l'établissement** accompagnée du soutien du réseau (**agent qualité du SEGEC**).

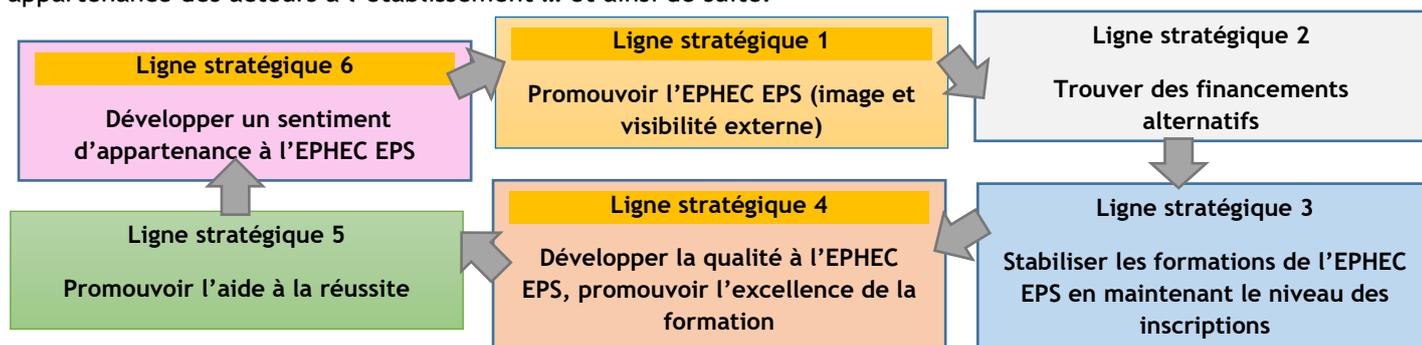
Les objectifs définis dans notre programme **rencontrent les besoins des acteurs** qui ont répondu aux différentes enquêtes et qui ont participé aux groupes de travail (réunions pédagogiques, entretiens avec les étudiants et discussions en commission interne d'évaluation). Certains d'entre eux nous semblent **ambitieux** si nous tenons compte du peu de moyens eu égard à la **lourdeur administrative croissante** et à l'**augmentation des tâches supplémentaires** qui nous sont imposées chaque année par les différentes instances de tutelle (académiques et politiques). Nous allons néanmoins tenter de les réaliser en nous réservant cependant **le droit d'adapter la stratégie définie aux moyens disponibles**² **pour rester réalistes** (et éventuellement, faire de façon différente en fonction des délais/ressources/coûts). Ceci s'adresse particulièrement à notre ligne stratégique 1 « promouvoir l'EPHEC EPS : image et visibilité externe ».

Chaque collaborateur de la communauté EPHEC EPS est **fort investi dans sa mission**, en particulier la direction, les coordinateurs de section (80/800^{èmes} de fonction) et les enseignants. Bien qu'il s'agisse d'un élément positif, **cela peut aussi devenir problématique**, comme l'ont déjà signalé les experts³, « *si cet investissement se transforme en surcharge qui persiste dans le temps*⁴ ». Cet impact fera l'objet d'un examen minutieux lors de l'évaluation des fiches actions « RACI » qui seront rédigées prochainement.

Gardons également à l'esprit que l'EPHEC EPS « Ecole des cours du soir » est un **lieu de passage** pour les différents acteurs et que nous avons mentionné à plusieurs reprises qu'il était **difficile de les impliquer dans la vie du programme des études** au vu de leurs activités qu'elles soient d'ordre professionnel, scolaire ou privé.

Gageons qu'avec l'engagement du responsable de communication (3/10^{ème} ETP), la stratégie de communication qui va être définie et déployée nous permettra **d'accroître le sentiment d'appartenance à la communauté** - grâce notamment à l'amélioration des moyens de communication en interne - **et de lever ainsi de manière partielle ce frein réel au développement de la qualité de l'établissement**.

Voici **les lignes stratégiques définies** - elles évoluent dans un **environnement systémique** puisque le développement de l'une interférera invariablement sur l'autre (et inversement) : ainsi une action de promotion réussie pourrait nous permettre de bénéficier de moyens supplémentaires pour encourager l'aide à la réussite, de stabiliser notre taux d'inscription et promouvoir l'excellence de la formation voire renforcer le sentiment d'appartenance des acteurs à l'établissement ... et ainsi de suite.



En conclusion, le contenu du rapport intermédiaire du Bachelier en Marketing, qui concrétise notre démarche qualité, montre que **nos plans d'action prioritaires** doivent remédier à notre principale faiblesse à savoir **définir un plan stratégique de communication Standard ESG 1 (politique d'évaluation de la qualité)** en collaboration avec l'ensemble des acteurs de l'EPHEC EPS : **mettre en évidence l'excellence de l'EPHEC** (promouvoir nos exigences, notre taux de réussite et mettre en avant nos diplômés) avec pour effet escompté **la stabilisation du taux d'inscription** tout en renseignant le public sur **l'attractivité du métier et le potentiel de ses débouchés**.

¹ Nous renvoyons le lecteur à la page 5 du dossier

² Pyramide « besoins – exigence »

³ Évaluation de suivi du cursus « Marketing » 2015-2016 RAPPORT PRÉLIMINAIRE D'ÉVALUATION DE SUIVI du 12 mai 2016

⁴ Rappelons que les membres qui ont participé à l'élaboration du dossier d'évaluation se sont engagés **bénévolement**.

En fil rouge, l'encadrement de l'équipe pédagogique par la direction et le coordinateur de section Standard ESG 9 (pilotage et révision périodique du programme) contribuera - via l'évaluation des acquis d'apprentissage - à renforcer la cohésion et le sentiment d'appartenance à l'EPHEC EPS ainsi que la transversalité (déjà bien présentes) des apprentissages tout en veillant à correspondre aux exigences du marché de l'emploi. Une meilleure planification des enseignements en résultera même si de fortes contraintes en termes d'organisation ne nous permettent pas d'atteindre un planning idéal. Clarifier le cahier de charge des chargés de cours en travaillant par objectif encouragera ceux-ci (TFE, Stages, ...) à mieux cibler les priorités à atteindre tout en évitant d'être surchargés.

Il nous semble important pour conclure de communiquer que la création d'un conseil de gestion ou d'un conseil des étudiants pour la section ne semble pas être une priorité pour les étudiants. Toutefois ce besoin doit être pris en compte - gageons qu'il le soit via l'implication des étudiants au futur conseil de gestion. Par contre, et c'est ce qu'il ressort des interactions entre participants de la CEI, il semble indispensable d'accroître les lieux de rencontre et d'échanges pour les étudiants qui expriment un réel besoin d'être écoutés.



Hélène GUILMOT
Coordinatrice Qualité EPHEC EPS



Guido PEIFFER
Coordinateur du Bachelier en Marketing



Kristien DEPOORTERE
Directrice EPHEC EPS

PROCESSUS DIRECTION

Ligne stratégique 1 Promouvoir l'EPHEC EPS : image et visibilité externe								
Axes CEI/ Qualité ESG	Processus	Objectifs stratégique	Priorité	Action	Indicateur	Pilote de l'action	Planification	Périodicité
Transversal ESG 1	Direction/ Communication	Augmenter la visibilité de l'EPHEC EPS	*** Réalisé	Recrutement d'une personne « responsable de la communication »	Engagement	PO Direction GRH asbl	Juin 2016	Bis annuel Janvier 2017 et juin 2017
			Réalisé	Description de fonction	Evaluation de la réalisation des objectifs définis dans la définition de fonction			
Transversal ESG 1	Direction / communication	Définir un plan stratégique de communication	***	Rédaction des différentes phases du plan	Indicateur de réalisation des différentes phases du plan stratégique	Direction/ Responsable Com	Phase 1 Juin 2016	Suivi et évaluation de mise en place des phases du plan / novembre 2016
Transversal ESG 1	Direction/ Communication	Augmenter notre visibilité sur les réseaux sociaux	**	Désigner un étudiant en Marketing (3ème niveau) en support au responsable de la communication.	Evaluation du mandat conféré à l'étudiant avant nouvelle reconduction	Direction Coordinateur de section MKT	Septembre 2017	Une fonction honorifique, remise chaque année à un nouvel étudiant, par « concours » ou mérite.
				Situer la mission dans le cadre de la réalisation d'un stage d'intégration et d'activité professionnelle et définir une mission à l'étudiant qui travaillera sous la responsabilité du responsable de la communication	Evaluation du stage	Responsable de la communication		
					Nombre de publication sur les réseaux sociaux			Rentrée académique
					Mesurer l'impact des retours sur - L'augmentation du taux d'inscription (enquête primo arrivant - à la rentrée académique)	Coordination stage		
					- L'augmentation des offres de stages et d'emplois placées sur le site	Coordinateur de section		Janvier - juin-août
					- Le nombre de partenariats développés/section			Annuellement
Transversal ESG 7	Direction	Développer des partenariats avec d'autres enseignements	*	Réunir un groupe de travail et réfléchir à une fonction « chargé de relation »	Nombre de réunions tenues : compte-rendu et suivis	Direction	Potentiellement Septembre 2018	À préciser



		(passerelles) et entreprises		Définir la mission du chargé de relation, sa charge de travail et trouver les moyens de la rémunérer (gestion de la dotation en bon père de famille				Retravailler la fiche action si désignation officielle d'un chargé de relation
--	--	------------------------------	--	---	--	--	--	--

PROCESSUS EDUCATION

Axes CEI/Qualité	Processus	Objectifs stratégique	Priorité	Action	Indicateur	Pilote de l'action	Planification	Périodicité
Transversal ESG 1 et ESG 7	Education	Augmenter l'attractivité de nos formations	*	Développer des partenariats avec les acteurs du secteur	Nombre de conférences organisées Nombre de nouveaux membres extérieurs participant aux jurys TFE (création d'une base de données)	Coordinateur de section Responsable de Communication	Septembre 2017 Juin 2017	1X an

PROCESSUS EVALUATION

Axes CEI/Qualité	Processus	Objectifs stratégique	Priorité	Action	Indicateur	Pilote de l'action	Planification	Périodicité
Transversal ESG 1 et 7	Evaluation	Suivre et évaluer le parcours des diplômés Promouvoir des étudiants ambassadeurs » de l'EPHEC EPS)	***	Créer un fichier de suivi des diplômés Constituer un réseau l'alumni	Nombre de témoignages recueillis / publiés Placement de capsules vidéo sur le site web EPHEC EPS	Coordinateur TFE Responsable de la Communication	Mars 2017	1X an // ligne stratégique 1

PROCESSUS DIRECTION

Ligne stratégique 2 Trouver des financements alternatifs

Axes CEI/Qualité	Processus	Objectifs stratégique	Priorité	Action	Indicateur	Pilote de l'action	Planification	Périodicité
Transversal ESG 6	Direction/ Education	Augmenter nos moyens destinés à l'encadrement de nos étudiants (tutorat, aide à la réussite ...)	**	Créer une commission « créativité » en partenariat avec le Bachelier en Marketing (TP UE Technique de créativité)	Nombre des contacts sollicités/prospects Montant des fonds collectés	Chargé de cours et modération assurée par la direction	Septembre 2016	Annuelle



PROCESSUS DIRECTION

Ligne stratégique 3 Stabiliser les formations de l'EPHEC EPS en maintenant le niveau des inscriptions								
Axes CEI/Qualité	Processus	Objectifs stratégique	Priorité	Action	Indicateur	Pilote de l'action	Planification	Périodicité
Transversal ESG 1	Direction	Fixer un taux d'inscription annuel	***	Objectif à fixer par la direction (formaliser la politique)	Evolution positive Taux d'inscription	Direction	Annuel - mois de mars 2017	Lien avec ligne stratégique 1
Transversal ESG 1	Direction/ Communication/ Education	Préserver notre dotation/périodes	**	Communiquer sur le taux de réussite et des échecs (site internet - réunion pédagogiques -	Analyse du taux de réussite Travail en réunion pédagogique Entretien d'évaluation des chargés de cours /fonctionnement Eventuellement suivi d'un programme de formation Publication externe	Direction et Coordinateurs de section Coordinateurs de section Direction et coordination de section Responsable COM	Septembre 2017 1 ^{er} semestre de l'année académique en cours Suite à l'analyse du taux de réussite	Après session d'examen janvier et septembre Annuelle Selon les besoins et les priorités Annuellement à définir dans le plan de communication stratégique
Transversal ESG 3	Direction/ Communication	Préserver notre dotation en offrant la possibilité aux étudiants de raccourcir leur parcours de formation	* En cours	Développer le « blended learning » aux niveaux 3 et/ou 4	Nombre d'UE organisées en BL Taux d'inscription aux UEs Comparaison du taux d'inscription en BL et en présentiel	Direction	Septembre 2017	Annuellement



PROCESSUS DIRECTION

Ligne stratégique 4 Développer la qualité à l'EPHEC EPS, promouvoir l'excellence de la formation

Axes CEI/Qualité	Processus	Objectifs stratégique	Priorité	Action	Indicateur	Pilote de l'action	Planification	Périodicité
Transversal ESG 6	Direction /Education	Gestion des horaires : planification de la charge de travail par semestre UE/semestre/année	* En cours	Le coordinateur pédagogique de section participe à la validation des horaires	Publication des horaires sur valves électroniques Taux de réussite/abandon aux UEs des 3èmes et 4èmes niveau	Direction	Juin 2016	1X an
Transversal ESG 1	PO/Direction	Encourager la participation étudiante	*	Créer un conseil de gestion propre à l'EPS	Nombre de réunions tenues : compte-rendu et suivis	PO/Direction	rentrée académique 2016-2017	1 X tous les 2 mois
Transversal ESG 7 et 9	Direction	Evaluer le retour des employeurs sur la formation	*	Contacteur les employeurs durant l'encadrement pédagogique des stages	Rapport des chargés de cours/stages au coordinateur de section	Coordinateur de section	Septembre 2017	1X/an
Transversal ESG 3	Direction	Gestion de la dotation de période	*	Attribution de périodes d'encadrement au « rapporteur » TFE	Nombre de TFE encadré/rapporteur	Direction	Septembre 2017	annuellement

PROCESSUS EDUCATION

Axes CEI/Qualité	Processus	Objectifs stratégique	Priorité	Action	Indicateur	Pilote de l'action	Planification	Périodicité
Section Marketing	Education	Assurer la pérennité pédagogique de la section et veiller à un encadrement de qualité	*** En cours	Mettre en place du nouveau dossier pédagogique et gérer la transition entre l'ancien et le nouveau	Chaque nouvelle UE ou nouveau cours démarre comme prévu dans le programme. Une solution est en place pour les étudiants de l'ancien DP qui recommencent une UE ou un cours l'année suivante dans le nouveau DP.	Direction Coordinateur de section et Coordinatrice VAE	09/2016 pour le 1er niveau A déployer niveau par niveau jusqu'à 06/2020	
Section Marketing	Education	Assurer la pérennité pédagogique de la section et veiller à un encadrement de qualité	*** En cours	Assurer les départs en pension à venir : trois enseignants clés seront à la retraite (un le 1 ^{er} janvier 2017, les deux autres le 30 juin 2017). Ces trois personnes couvrent : - 9 cours - suivi des stages - commission TFE - tutorat.	Les remplaçants enseignants sont détectés et ensuite engagés, bien sûr dans les temps requis. Les enseignants s'engageant dans la commission TFE sont détectés dès l'année académique 2016-2017, et participent aux réunions TFE dès l'année académique 2016-2017. La ou les personnes s'engageant dans le suivi des stages et le tutorat est (sont) détecté(e)s,	Direction Coordinateur de section	09/2016 pour l'année académique 2016-2017. 09/2017 pour les années académiques futures.	



					et démarrent en parallèle dès l'année académique 2016-017.			
Section Marketing	Education	Assurer la pérennité pédagogique de la section et veiller à un encadrement de qualité	***	Profiter du nouveau dossier pédagogique pour intégrer les besoins spécifiques et actuels relevés durant la réunion pédagogique (Entrepreneuriat, Événementiels, InBound Marketing, Omnichannel, E-Commerce).		Direction Coordinateur de section + enseignants concernés	Action à démarrer, et à dérouler au fur et à mesure de l'implémentation du nouveau DP.	
Section Marketing	Education	Assurer la qualité de l'encadrement TFE	***	Elargir l'encadrement des étudiants : au moins un TFE par chargé de cours (à partir d'un certain « volume » de TFE, possibilité de valorisation).	Nbre d'étudiants encadrés par les enseignants / nbre d'étudiants inscrits au TFE 2016/2017	Coordinateur de section et coordinateur TFE	Action à démarrer	
Section Marketing	Education	Assurer la qualité de l'encadrement TFE	***	Recevoir l'input des enseignants à propos de problématiques TFE terrain de manière à initier une collaboration win-win + recevoir de chaque enseignant ses centres d'intérêts pour l'encadrement TFE des étudiants.	Mail AC aux enseignants + listing de proposition de sujets TFE	Coordinateur TFE	Action à démarrer	
Section Marketing	Education	Promouvoir l'insertion professionnelle des étudiants en renforçant les liens EPHEC EPS avec le monde de l'entreprise	** En cours	Lier stage en entreprise et TFE : développer les liens entre Maître de stage et EPHEC EPS	<ul style="list-style-type: none"> - Nbre visites entreprises par les professeurs encadrants - Augmentation de la liste des contacts « entreprises » - Invitation des MA aux jurys TFE - Invitation de conférenciers 	Coordinateur de section, Coordinateur stage et enseignants encadrants		Action continue
Transversal ESG 3	Education	Renforcer le niveau des langues	**	Intégrer du vocabulaire technique dès le 3ème niveau (en cours GT langues)	Syllabi Enquête satisfaction des étudiants	Coordinatrice Langues	Septembre 2016	
Transversal ESG 7 et 9	Education Evaluation	Evaluer le retour des employeurs sur la formation	** En cours	Modifier les carnets de stage Réaliser une enquête employeur et la dépouiller (analyse)	Production de l'information et communication aux étudiants % de répondants et rapport d'analyse	Coordinatrice Stage et Coordinatrice qualité	Septembre 2016 Septembre 2017	1X an En lien avec la ligne stratégique 1 (publication des résultats)
Transversal ESG 3	Education	Renforcer l'encadrement stage du point de vue « méthodologie »	**	Planifier à l'horaire une soirée mensuelle de retour de stage	Plage horaire déterminée pour l'encadrement Evolution du taux de réussite	Chargés de cours « encadrants » et Coordinatrice stage	Horaires septembre 2016	1X mois à partir du mois de novembre
Transversal ESG 1	Education	Renforcer l'appartenance à l'EPHEC EPS et la	*	Fixer des objectifs aux Coordinateurs de section pédagogique	Evaluation annuelle par la direction des objectifs atteints	Direction	Septembre 2016	1X an et suivi lors des réunions de coordination



		participation des chargés de cours						
Transversal ESG 5	Education	Optimiser le processus d'évaluation	*	Organiser une réunion pédagogique /section pour évaluer le processus des Acquis d'Apprentissage	Rapport de suivi	Direction /Coordinateur de section	Novembre 2016	Adaptation selon les besoins

PROCESSUS SUPPORT

Axes CEI/Qualité	Processus	Objectifs stratégique	Priorité	Action	Indicateur	Pilote de l'action	Planification	Périodicité
Transversal ESG 4/ESG 8	Support	Augmenter la qualité des services internes	*	Ecrire des procédures : Dossier d'inscription, Préparation des examens d'admission, Congés éducation payés, Echelonnement des paiements, VAE, tutorat, diffusion des syllabi visite de copie	Documents approuvés Communication des documents	Direction	Juin 2017	Révision annuelle (veille juridique) selon mise en conformité des documents

PROCESSUS EDUCATION

Ligne stratégique 5 Promouvoir l'aide à la réussite

Axes CEI/Qualité	Processus	Objectifs stratégique	Priorité	Action	Indicateur	Pilote de l'action	Planification	Périodicité
Transversal ESG 6	Education /Support	Développer le tutorat	** En cours	Mieux informer les étudiants sur cette aide	Augmentation des étudiants tutorés et évaluation des tuteurs par les tutorés Nombre de participation aux séances d'information	Coordinateur Tutorat	Novembre 2016	2 X par an novembre et après les examens de janvier
Transversal ESG 6	Education	Optimiser le Tutorat en accompagnant les tuteurs	*	Proposer un certificat aux étudiants qui s'impliquent (formaliser une reconnaissance dans CV)	Nombre de certificats produits	Coordinateur du Tutorat	Septembre 2017	1X an
Transversal ESG 4/7	Education	Augmenter le taux de diplomation	* En cours	Encourager les étudiants qui travaillent à développer un sujet de TFE utile à leur entreprise et les distinguant aux yeux de celle-ci.	Nombre de TFE réussis	Coordination de section via Commission TFE	Septembre 2015	Annuellement

PROCESSUS EVALUATION

Axes CEI/Qualité	Processus	Objectifs stratégique	Priorité	Action	Indicateur	Pilote de l'action	Planification	Périodicité
------------------	-----------	-----------------------	----------	--------	------------	--------------------	---------------	-------------

Transversal ESG 4/7	Evaluation	Mieux connaître les étudiants pour améliorer l'encadrement	*	Suivre et évaluer le parcours des étudiants en provenance de partenariat	Rapport d'analyse	Coordinatrice qualité	Septembre 2017	1X par an
Transversal ESG 4/7	Evaluation		**	Analyser les motifs d'abandon	Rapport d'analyse	Coordinatrice qualité	Septembre 2017	1X par an
Transversal ESG 4/7	Evaluation		*	Suivre et évaluer le parcours des étudiants qui ont réussi l'examen d'admission	Rapport d'analyse	Coordinatrice qualité	Septembre 2017	1X par an

Ligne stratégique 6 Développer un sentiment d'appartenance à l'EPHEC EPS

PROCESSUS SUPPORT

Axes CEI/Qualité	Processus	Objectifs stratégique	Priorité	Action	Indicateur	Pilote de l'action	Planification	Périodicité
Transversal ESG 6	Support	Renforcer les échanges, l'entraide, la motivation des étudiants entre eux	** En cours	Mettre à disposition des locaux destinés aux étudiants pour leur assurer un bien-être et confort de travail	Nombre de locaux mis à disposition Avis publié (télévision accueil) et adaptation du règlement des études Enquête de satisfaction des étudiants	Direction Coordinatrice qualité	Mars 2016	/
Transversal ESG 7	Support	Fidéliser les diplômés	***	Organiser l'événement	Accroissement du nombre de participants - recueil de CV Enquête de satisfaction	Direction support IS	À déterminer	1x an
Transversal ESG 5	Support	Renforcer le travail collaboratif des chargés de cours entre eux	*	Réaliser et diffuser un trombinoscope des enseignants du département : identification de qui donne quoi pour permettre des contacts plus aisés	Publication du document	Coordinateur de section	Septembre 2017	annuellement

PROCESSUS EVALUATION

Axes CEI/Qualité	Processus	Objectifs stratégique	Priorité	Action	Indicateur	Pilote de l'action	Planification	Périodicité
Transversal ESG 1 et 7	Evaluation	Analyser la mobilité des étudiants en vue d'une rétention et communiquer en amont à titre préventif.	**	Réaliser une enquête auprès des étudiants adeptes du « shopping » - Identifier leurs motivations réelles -	% d'étudiants répondant Rapport d'analyse	Coordinatrice qualité -	Novembre 2016	1X an

