

ENQUÊTE SUR LES STAGES. Campagne 2014

Principes et méthodes de l'enquête

1.- Contexte.

L'enquête dont on trouvera les résultats détaillés joints, participe d'une double mission : observer et évaluer la formation à travers les stages en entreprise des étudiants de fin de master. D'une durée inférieure à 30 minutes, elle se déroule au cours des séances récapitulative de valorisation à l'issue des stages et avant le cycle de soutenance des rapports. Les fiches d'enquête (informées en **total anonymat**) sont ensuite dépouillées, les données traitées et mises en forme.

Cette initiative ne fait pas double emploi avec les campagnes d'évaluation engagées par l'ORESIPE. Elle précède et complète les observations entamées par les instances chargées du devenir des étudiants de l'université, avec la collaboration des responsables désignés à cette fin au sein des composantes. Elle s'inscrit dans les problématiques d'ingénierie pédagogique initiées par l'IDIP (Institut de développement et d'innovations pédagogiques).

2.- Intérêts de l'observation des stages de master 2^{ème} année.

1.- Le **stage de fin de cycle (2^{ème} année diplômante)** est une occasion opportune pour évaluer le caractère professionnel de la formation ainsi que son adéquation à l'environnement économique et institutionnel qui reçoit ceux qui l'on suivie.

La durée des stages - entre quatre mois et demi et 12 mois en entreprise (soit l'équivalent d'un CDD d'une durée significative)- permet aux professionnels de donner un avis pertinent sur les compétences qu'elles accueillent et qu'elles contribuent à former.

Réciproquement, après le suivi des stagiaires, la lecture des rapports et de leur soutenance, les équipes pédagogiques sont instruites de l'évolution de l'environnement économique, des entreprises, de leurs choix stratégiques de développement, de leurs contraintes. Ces éléments sont indispensables à la décision et à l'évolution continue de la formation.

3.- Les stages donnent lieu à **trois évaluations** articulées :

- * **par l'entreprise** (via les maîtres de stage)
- * **par l'équipe pédagogique** lors des séances de valorisation et de la soutenance des rapports ;
- * **par les étudiants** lors des mêmes séances de valorisation dans la phase finale des stages.

Cette enquête couvre habituellement la quasi-totalité de l'effectif considéré parce qu'elle est organisée dans le cadre d'exercices pédagogiques obligatoires. Toutefois, des étudiants (surtout en GI) encore à l'étranger ou contraints en entreprise, n'ont pu y prendre part.

4.- L'étudiant au cœur de la démarche qualité.

La participation des étudiants stagiaires aux enquêtes, en tant d'**acteurs** (et pas seulement en tant que fournisseurs *passifs* de réponses aux questionnaires), participe d'une méthodologie à caractère à la fois **pédagogique** et **professionnel**, au sens fort du mot. En cela elle contribue à la responsabilisation et à l'intéressement des étudiants à leur propre formation. Elle contribue aussi à banaliser **l'évaluation en tant que pratique ordinaire dans le monde professionnel**.

En vis-à-vis pédagogique, les questions sont expliquées, leur portée justifiée et discutée. Cette approche motive les intéressés et élève les taux de réponse. Ainsi s'améliore et évolue le questionnaire d'une campagne à l'autre (dans des proportions qui ne remettent pas en cause la comparabilité des résultats d'une année sur l'autre).

Principaux résultats de la campagne 2013-2014 (PPT Master SPI).

Pour les détails par spécialité, se reporter aux documents joints les concernant.

1.- Une sex-ratio déséquilibrée au détriment des jeunes femmes (14% des effectifs). Une constance déplorée dans de nombreuses formations d'ingénieurs. Une communication spécifique vers les jeunes lycéennes (mais aussi des IUT, BTS et Licences) est à recommander.

2.- Lieu de naissance des stagiaires : les effectifs se divisent en parts égales, pour moitié en France, pour moitié à l'étranger (dia 5)

3.- **84% des stages se sont déroulés en France**. Plus des 2/3 des stagiaires en Génie Industriel sont restés en Alsace et 96% en France.

4.- Plus de la moitié des stagiaires est accueillie dans des PMI de taille comprise entre 100 et 500 salariés.

5.- Bien que 80% des étudiants n'aient pas éprouvé de difficultés à trouver leur stage (dias 13,14), l'effort dans leur recherche paraît relativement important (dia 15)

6.- Les études coûtent. Mais **les étudiants sont aussi créateurs de richesses**. Les stagiaires du master SPI ont contribué à générer des richesses marchandes de l'ordre de 340 000€ (hors charges) pour une durée de travail équivalent à 441 mois, soit plus de 36 ans de travail d'un stagiaire. Les indemnités de stage qui leur sont servies ne compensent que très partiellement leur valeur ajoutée réelle, variable il est vrai d'une entreprise à l'autre.

Sans doute le poids des **stagiaires en alternance (55% des effectifs)** explique pour une part ces chiffres.

7.- A la question : «*La formation que vous avez reçue vous paraît-elle répondre aux exigences de la mission et aux attentes de l'entreprise ou du laboratoire ?*», les étudiants répondent : « **OUI** » à **92,8 %**. (*)

8.- Les évaluations des maîtres de stage (dia 22) confirment les notes obtenues à la suite des soutenances des rapports et sont soutenues par les taux d'insertion professionnels constatés (dias 24-26), élogieux si l'on tient compte de la conjoncture.

9.- Conclusion : cette enquête confirme le rôle des stages dans le devenir professionnel des étudiants. Le master SPI offre de ce point de vue un profil relativement satisfaisant.

Ces résultats sont confirmés par l'évaluation des formations réalisée par le SAP de l'Université de Strasbourg, publiée en octobre 2014 (pp. 37, 38, 130).

(*) Le degré de satisfaction est mesuré selon un gradient à 5 niveaux :
1 (mauvais), 2 (médiocre), 3 (moyen, correct), 4 (bon), 5 (très bon)

Destinataires des comptes rendus.

Entreprendre des enquêtes est une nécessité professionnelle en ce qu'elles renseignent sur la qualité de la formation et de ses effets sur le devenir des étudiants.

Cependant, produire et accumuler des informations serait d'un intérêt très limité.

Les objectifs d'une telle entreprise ne sont véritablement atteints que si les informations ainsi recueillies ont un feedback sur le système de formation concerné. En effet, suivre et évaluer les étudiants et les formations n'a de réel intérêt que si cela est complété par un suivi de l'observation et de l'évaluation des impacts des évaluations.

Il s'ensuit (pour ce qui concerne cette campagne sur les stages) :

Le résultat des enquêtes est prioritairement restitué aux étudiants (ceux qui ont répondu aux enquêtes, ceux qui sont en cours de formation et aux futurs étudiants de l'UFR Physique et Ingénierie, et cela conformément aux principes fixés au point 1.4.) **et aux équipes pédagogiques, en particulier aux conseils de perfectionnement des différentes spécialités.**

Ces conseils disposent des prérogatives de commander les enquêtes, d'analyser, d'interpréter leurs résultats et, selon la nécessité, d'en ajuster les items pour la campagne suivante. Il relève aussi de leur responsabilité d'en induire les modifications éventuelles dans l'organisation et le contenu des formations dont ils ont la charge, dans une logique d'amélioration continue.

A titre d'exemple, les observations critiques à propos de l'enseignement de l'informatique (cf. dia 21) ont déjà été suivies d'effet et des correctifs appropriés ont été apportés. Et cela avant même que cette enquête n'ait été achevée et rendue publique. Les résultats de ces changements seront mesurés lors de la prochaine campagne.

Il tombe sous le sens que, peu ou prou, ce travail participe du dialogue de gestion et aux arbitrages internes et externes de l'UFR.

Abdelhak BENELHADJ
Responsable de l'Observatoire de l'UFR
26 Octobre 2014.