



GUIDE SUE

**MISE EN PLACE DE SERVICES UNIVERSITAIRES POUR
L'EMPLOI (SUE) DANS L'OPTIQUE DE LA
COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT LOCAL**

**PROPOSITION DE MÉTHODOLOGIE DESTINÉE AUX PAYS
EN DÉVELOPPEMENT ET AUX ÉCONOMIES ÉMERGENTES**



Tempus



Mise en place de services universitaires pour l'emploi (SUE) dans l'optique de la Communication pour le développement local

Ce document a été élaboré par Dra. Rosa María Torres Valdés de l'Université d'Alicante (rosa.torres@ua.es)

Édité par l'Université d'Alicante pour le projet UNILINK

International Project Management Office

Université d'Alicante

Edificio Germán Bernácer

Apartado de correos 99

E-03080 Alicante

Espagne

Tél. : +34 965 909 718

Fax : +34 965 909 715

E-mail: project.management@ua.es

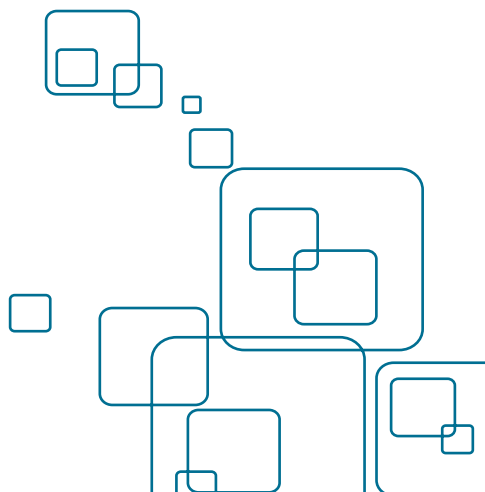


Tempus

Ce projet a été financé avec le soutien de la Commission européenne.

Cette publication (communication) n'engage que son auteur et la Commission n'est pas responsable de l'usage qui pourrait être fait des informations qui y sont contenues.

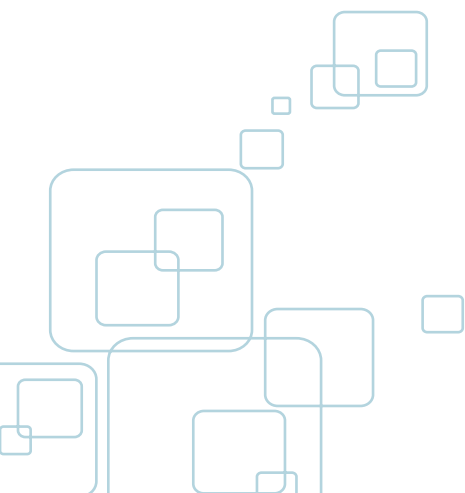
01. Introduction	4
02. Par où commencer?	5
Interrogations	5
Binôme Université-entreprise	5
03. À l'issue de la réflexion : Quelles actions allons-nous entreprendre?	7
04. Modèle de plan stratégique pour la création et la mise en place d'un Service universitaire pour l'emploi	8
05. Glossaire	15
06. Diagramme de flux	17



Introduction

Bien qu'elles n'aient pas encore atteint le plein développement les économies émergentes montrent des signes de croissance à travers des changements d'ordre social, ainsi que l'envol de leur propre niveau de production industrielle et de services, orientés vers une meilleure utilisation de leurs ressources internes. Le développement et la qualité des conditions sociales se verront freinés si les connaissances ne sont pas transmises par le biais des diplômés universitaires et leur insertion professionnelle. Encourager les investissements et la génération d'offres d'emploi, via des relations université-entreprise, requiert des stratégies de communication afin d'établir un climat de confiance et de compréhension du rôle des universités dans le développement des territoires.

Ce document présente un guide général, comprenant une série de concepts et d'actions, qui doivent être pris en compte lors de la planification de la création de services universitaires pour l'emploi, dans le contexte des économies émergentes. En ce sens, ce guide contient des mots et expressions clés tels que Communication stratégique; Relations publiques; Emploi; Développement socioéconomique; Responsabilité sociale; Relation Université-Entreprise. Tous ces concepts sont repris dans le glossaire à la fin de ce guide.



Par où commencer?

La réflexion

Interrogations

Dans le contexte d'insertion professionnel universitaire:

Quels sont les diplômes les plus et les moins sollicités? Pourquoi?
Quelle est la vision de l'université par le secteur des entreprises?
Pourquoi?....

De quelles ressources dispose mon université et quelles sont celles qui lui font défaut? Quelles sources de financement supplémentaire puis-je obtenir?

À propos du binôme Université-société

La conception d'un plan stratégique pour l'emploi universitaire, dans le contexte des économies émergentes, implique la réflexion sur trois dimensions du rôle que joue l'université dans le développement socioéconomique:

La dimension économique-professionnelle

Elle implique la mise en œuvre d'activités de promotion économique en vue d'encourager l'emploi et la création d'entreprises.

En ce qui concerne la création du SUE, il convient de formuler les interrogations suivantes: *Comment puis-je agir en tant qu'université? Ai-je la possibilité de stimuler l'activité indépendante et la création d'entreprises?*

La dimension socioculturelle

Elle suppose la nécessité de répondre aux processus de fragmentation et d'exclusion sociale, que ce soit de nature ethnique, liée au genre ou à l'âge, présents dans la réalité mondiale, qui exigent un travail hautement professionnel, voire très spécialisé, et qui représentent aujourd'hui une source incontestable d'emplois pour les personnes que nous formons dans notre université.

Ici, pour la création du SUE, il convient de formuler les questions de type: *Suis-je en train de créer ce profil professionnel dans mon Université?*

La dimension urbaine et territoriale

La récupération d'héritages historiques négligés, les inquiétudes relatives à l'environnement et l'organisation du territoire constituent un axe de développement durable, qui ne peut être mené à bien sans l'aide de personnes préparées et sensibilisées, et qui doivent être représentées par des universitaires.

Les promoteurs du SUE devront répondre à des questions de type: *Comment puis-je agir en tant qu'université? Ai-je la possibilité de stimuler l'activité indépendante et la création d'entreprises? Suis-je en train de créer ces profils professionnels et d'entrepreneurs dans mon Université?*

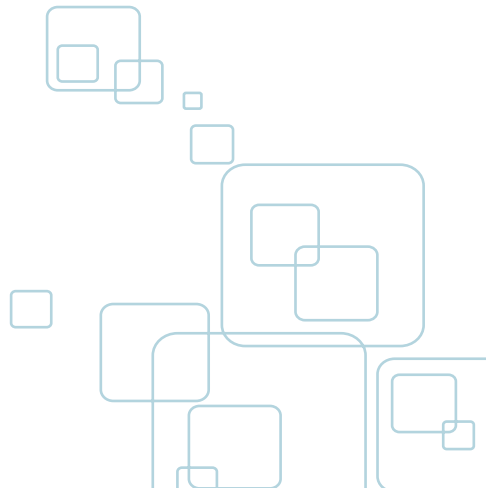
Pour répondre à ces interrogations, il est nécessaire de développer des travaux de recherche afin de recueillir des informations utiles à la conception finale d'un SUE, ainsi qu'à l'évaluation continue. Dans ce sens, il est conseillé de réfléchir à la recherche d'actions.



À l'issue de la réflexion : Quelles sont les actions à entreprendre?

À titre de guide méthodologique, nous présentons un modèle de conception de plan stratégique.

En principe, les SUE qui doivent être mis en place, doivent se fixer uniquement trois objectifs stratégiques afin d'éviter la dispersion, ou encore de se heurter à d'autres services universitaires et non universitaires, mais liés à l'emploi. Bien sûr, le premier objectif majeur sera celui de l'insertion professionnelle des universitaires, associé à des objectifs de communication stratégique interne et externe, de manière à conquérir la confiance et l'engagement de tous les acteurs liés directement ou indirectement à l'emploi et à l'activité indépendante universitaire.



Modèle de plan stratégique pour la création et la mise en place d'un Service universitaire pour l'emploi

1. Définir l'axe stratégique: Insertion professionnelle à double garantie¹.
2. Définir des objectifs stratégiques et les services ou domaines opérationnels correspondants:
 - Objectif stratégique 1: Augmenter le nombre d'insertions professionnelles.
 - Objectif stratégique 2: Faire plus amplement connaître le service....
 - Objectif stratégique 3: Gagner la confiance de l'employeur... etc...

Objectif stratégique 1

Stratégies

Obtenir le plus grand nombre d'insertions professionnelles en général et notamment pour les cursus les moins sollicités, conformément aux stratégies et techniques suivantes.

1. Identifier de nouvelles applications pour les diplômes dispensés (*Quelles nouvelles activités peuvent entreprendre les organisations*).
2. Identifier de potentielles sources d'emploi/activité indépendante pour ces diplômes mentionnés (*Comment mettre en œuvre ces nouvelles activités et dans quel type d'organisation*).
3. Concevoir et mettre en place le SUE incluant des domaines fonctionnels et opérationnels:
 - a. Bourse de travail pour les diplômés, avec des actions proactives telles que des présentations d'entreprises, des salons et événements liés à l'emploi et à la création d'entreprises, et coopération avec les administrations locales, réseaux d'agents de développement local.

1. Garantie tant pour le demandeur comme pour l'offrant

- b. Bourse de stage préprofessionnel associant des stages universitaires obligatoires à une période plus professionnalisée, prolongeant ainsi la phase de la relation étudiant-employeur. Veiller à ce que cette période prolongée soit compensée par une prestation économique pour l'aide aux études.
- 4. Travailler avec les étudiants et diplômés au développement de capacités orientées vers l'insertion professionnelle et les parcours professionnels.
 - a. Il peut s'agir d'un domaine spécifique d'orientation ou professionnel, ou les responsables des bourses guident leurs utilisateurs respectifs.
- 5. Stimuler et orienter l'activité indépendante et la création d'entreprises.
- 6. Favoriser le suivi longitudinal du parcours professionnel des étudiants ayant réalisé des stages ainsi que des diplômés (Connaître le processus, facultés et difficultés, et l'évolution spécifique des utilisateurs de la bourse de travail et de stage du service universitaire). Finalement, réfléchir à la création d'un observatoire professionnel² en collaboration avec les observatoires officiels et les agences pour l'emploi et le développement local.
- 7. Générer des situations qui rendent visibles ces diplômes et leur utilité, dans les organisations industrielles (Relations publiques externes de la formation universitaire)³.
- 8. Encourager la relation et le travail d'équipe avec les agences de développement local.
- 9. Intégrer la responsabilité sociale universitaire dans le modèle de gestion.

2. Les observatoires peuvent être financés par le biais de programmes officiels et parrainages d'entreprises de conseil dans le domaine des ressources humaines et du développement territorial.

3. Nous faisons référence à la conception de projets autres que de type routinier, qui soient multi et transdisciplinaires, et qui favorisent la recherche, développent des aptitudes sociales, motivent la responsabilité sociale entre le système éducatif et le système des entreprises, et permettent de créer, le cas échéant, de nouvelles sources d'emploi.

- 10.** Impliquer les responsables des centres ou facultés dans les points mentionnés précédemment, par le biais de programmes de réunions spécifiques autour du thème de l'emploi de double qualité ([Relations publiques internes entre les promoteurs de l'emploi et les formateurs tenant compte du niveau politique – Vice-recteur des étudiants, niveau technique \(Service Universitaire pour l'emploi\) et niveau académique \(enseignants\)](#)).

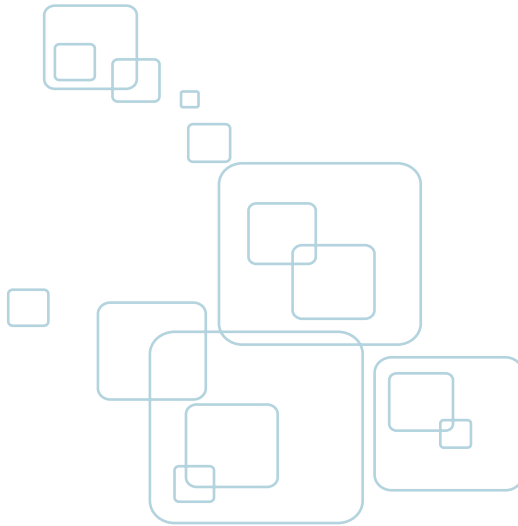
Techniques⁴

- **Atelier de créativité:** Avec pour objet de stimuler de nouvelles perspectives de développement de parcours professionnel, et de nouveaux scénarios d'application du domaine de connaissances des diplômes universitaires, particulièrement les plus malmenés par le marché du travail. Créativité pour l'activité indépendante et la création d'entreprises. Deux groupes de destinataires à distinguer:
 - Étudiants sur le point d'obtenir leur diplôme (Action réactive ou curative).
 - Jeunes étudiants (Action proactive ou préventive).
- **Groupes de discussion:** entre les formateurs dans le domaine de connaissances propre à chaque diplôme faisant l'objet d'une intervention, les représentants d'entreprises, de jeunes diplômés et étudiants en dernière année, avec pour objectif d'impliquer tous les acteurs concernés dans un processus de communication confrontant les besoins ressentis et perçus, et dans lequel se manifestent les intérêts de chacun et des propositions communes sont formulées et devront être finalement concrétisées, par les personnes ayant participé en premier lieu, puis les étendre a posteriori, comme exemple de bonnes pratiques et exercice de responsabilité publique et sociale.
- **Organisation de débats informatifs et de motivation de recherche active d'emploi et d'activité indépendante.**
- **Proposition d'accords avec les agences de développement**

4. Certaines propositions pourraient se voir attribuer des subventions via un programme de coopération au développement, ou de parrainage d'entreprises.

local afin de faciliter l'assistance aux étudiants et jeunes diplômés aux événements de promotion socioéconomique dans leur municipalité, avec pour objectif d'établir les étudiants et diplômés dans différents réseaux de relations professionnelles, d'une part, et d'autre part, les rapprocher de la réalité de leur environnement socioéconomique. La participation devra se faire à différents niveaux, tels qu'assistant, intervenant de table ronde, «exécuteur de savoirs», entrepreneur, etc.

- **Systematiser les informations:** Etablir des rapports exécutifs, formuler des conclusions, agir en conséquence.
- **Elaborer des guides d'itinéraires professionnels:** au service de tiers ou de bureaux professionnels⁵.



5. Ils peuvent être subventionnés par des fonds publics, mais aussi privés, car des entités peuvent trouver un intérêt à ce parrainage.

Objectif stratégique 2

Faire plus amplement connaître le SUE à la communauté universitaire⁶, et toutes les actions qu'il met en œuvre en faveur de l'emploi universitaire⁷ avec le soutien des vice-recteurs compétents.

Stratégies

- Implication des responsables des centres:
 - Développer des journées techniques⁸ spécifiques pour chaque diplôme, au cours desquelles le responsable du centre ou un délégué sera présent en tant que directeur académique et des groupes de professeurs feront partie d'un comité scientifique. Ces journées devraient être composées de:
 - ▶ Tables d'experts: Sujet d'actualité mais lié au domaine. Les participants seront composés d'au moins 1 professeur, 1 expert de renom en la matière, un jeune diplômé, un head hunter⁹.
 - ▶ Exposition avec stands d'entreprises et d'organisations en relation avec le domaine¹⁰.
 - ▶ Exposition de stands de travaux d'étudiants ou jeunes diplômés ayant passé par le comité scientifique¹¹, avec des informations claires destinées aux entreprises, sur les bénéfices de la formation acquise via le diplôme présenté.
- Envoyer une réclame informative aux centres:
 - Déterminer quel type de réclame. Elle doit motiver une réponse engageante.

6. L'expression communauté universitaire englobe le personnel enseignant et de recherche, le personnel administratif et des services, ainsi que les étudiants.

7. L'emploi universitaire d'un point de vue proactif, de sorte à inclure également dans cet objectif les actions de facilitation, telles que des stages préprofessionnels, l'orientation, l'observation des changements structurels, et leur influence dans les opportunités d'embauche des universitaires, et l'évaluation de la qualité de prestation de service, pour les entreprises comme pour les étudiants et diplômés.

8. Génèrent constamment des nouvelles.

9. Les entreprises head hunter ou l'entreprise de l'expert peuvent cofinancer l'activité.

10. Un montant raisonnable peut être versé pour le stand.

11. Les stands doivent être visités par les head hunters ou chasseurs de talents.

► En fonction des fonds disponibles, peut être utilisée: une petite clé USB, portant le logo de l'Université d'un côté et celui du SUE de l'autre. Exécution automatique: en l'installant, doivent apparaître **deux dossiers:**

l'un contenant les actions et résultats du dernier exercice, et l'autre des informations sur la politique relative à l'emploi, des questions spécifiques sur le centre, les formations, des points de vue, etc... avec les adresses électroniques pour l'envoi des réponses¹².

- Participer à des publications de collègues professionnels des diplômes dispensés à l'université offrant des opportunités à tous.
- Directeurs et/ou secrétaires des centres.
- Jeunes diplômés.
- Disposer d'un site Web/blog mis à jour avec des nouvelles sur le développement, l'emploi, et des témoignages ou contributions spéciales d'entreprises qui accueillent des étudiants en stage ou qui ont engagé des étudiants. Il devra également contenir des contributions de professeurs et coordinateurs de programmes de stage et de mobilité internationale, pour communiquer la qualité de la formation des étudiants universitaires.

12. Cohérent avec le modèle de gestion de responsabilité sociale universitaire, la croissance technologique et l'économie de papier. (Agenda local 21)

Objectif stratégique 3

Gagner la confiance de l'employeur et consolider le passage des différents programmes de stage en programmes pour l'emploi menant à la création de postes de travail pour les universitaires.

Techniques

- Projet pilote «diplômés avec garantie», en collaboration avec des entreprises participant aux programmes de stage, de recherche et développement et en général qui collaborent avec l'université et le SUE.
- Le programme de diplômés avec garantie doit comprendre des professeurs accompagnateurs ou mentors, mentionnés plus haut. Ils devront élaborer des fiches d'évolution et d'évaluation.
- Il s'agit essentiellement de disposer de moyens d'accompagnement pour les diplômés universitaires, au cours des six premiers mois de leur intégration dans l'entreprise. Cela peut permettre la reconversion de professeurs et une meilleure approche de la vie quotidienne dans les organisations industrielles.
- Pour mener à bien un programme incluant ces caractéristiques en étant attentif à la communication interne, les éléments suivants sont recommandés:
 - Entretiens de groupe avec des professeurs, et des étudiants en dernière année.
 - Connexion des résultats avec ceux des groupes de discussion décrits dans la section Techniques pour la réalisation de l'objectif stratégique 1.
 - Élaboration de feuilles de travail et d'évaluation.
 - Réunions d'évaluation.
 - Conception d'une compensation destinée aux entreprises et professeurs participant.
 - Dans la mesure du possible, publication des résultats de l'expérience et leur insertion au sein de forums présentant un intérêt pour l'université comme pour les entreprises.

Glossaire

Développement local

Processus visant à aborder différentes problématiques (sociales, économiques, environnementales) d'un territoire d'un point de vue local, sans perdre de vue les opportunités que peut offrir le système global. Ce processus comprend des stratégies de dynamisation, participation et coordination des acteurs sociaux et d ressources, tant au niveau local qu'externe.

Agences de développement local

Elles se définissent comme des organisations intermédiaires entre l'Administration publique locale, le marché et la société, visant à mettre en œuvre la stratégie de développement local. Entre autres fonctions, l'agent de développement local agit en tant que médiateur entre les agents socioéconomiques, la dynamisation sociale et économique, et fournit des informations et un soutien technique¹.

Insertion professionnelle

«Processus visant à introduire une personne dans le monde du travail [...]. L'insertion ne consiste pas en un cadeau remis de bonne grâce, ni en une aumône, ni en une chose dont se débarrasserait quelqu'un qui en aurait trop, mais en l'activité indispensable d'une société qui se veut solidaire [...]. Il s'agit donc d'un processus actif, participatif, solidaire auquel nous participons comme acteurs et non comme spectateur actionnant des mécanismes permettant d'ouvrir des portes ou de faire tomber des murs inutiles, et dans lequel il n'existe aucune mesure d'arrêt mais une mise en pratique de nouvelles valeurs culturelles, avec la certitude d'être les héritiers légitimes d'une société qui nous appartient et à laquelle nous appartenons, av la garantie de nous sentir directement responsables, des citoyens de plein droit².»

1. La figure décrite permet de voir le besoin de prendre en compte la variable communication dans l'exercice professionnelle

2. Nofuentes Molina, Carmelo. El empleo en la comarca. Prolegómenos de Desarrollo Local para propuesta integral de empleo. Œuvre de la excelentísima Diputación Provincial d'Alicante. 1997.

Capital social

Selon Barreiro³, «le capital social peut faire référence à des associations horizontales entre les personnes de réseaux sociaux d'engagement civique et les normes collectives qui ont un impact sur la productivité de la communauté. L'aspect fondamental du capital social réside dans le fait qu'il facilite la coordination et la coopération pour le bénéfice mutuel des membres de l'association. Le capital social repose sur la structure des relations. D'autre part, Herreros Vásquez⁴ donne la définition suivante: «Le capital social s'entend des ressources-obligations de réciprocité et d'information liées à l'appartenance à des réseaux sociaux.»

Responsabilité sociale

Le livre vert de la Commission européenne définit la responsabilité sociale comme «l'intégration volontaire des entreprises, des préoccupations sociales et environnementales dans leurs opérations commerciales et dans leurs relations avec leurs interlocuteurs.»

Relations publiques

Gestion de l'information et de la communication entre les organisations et leur public.

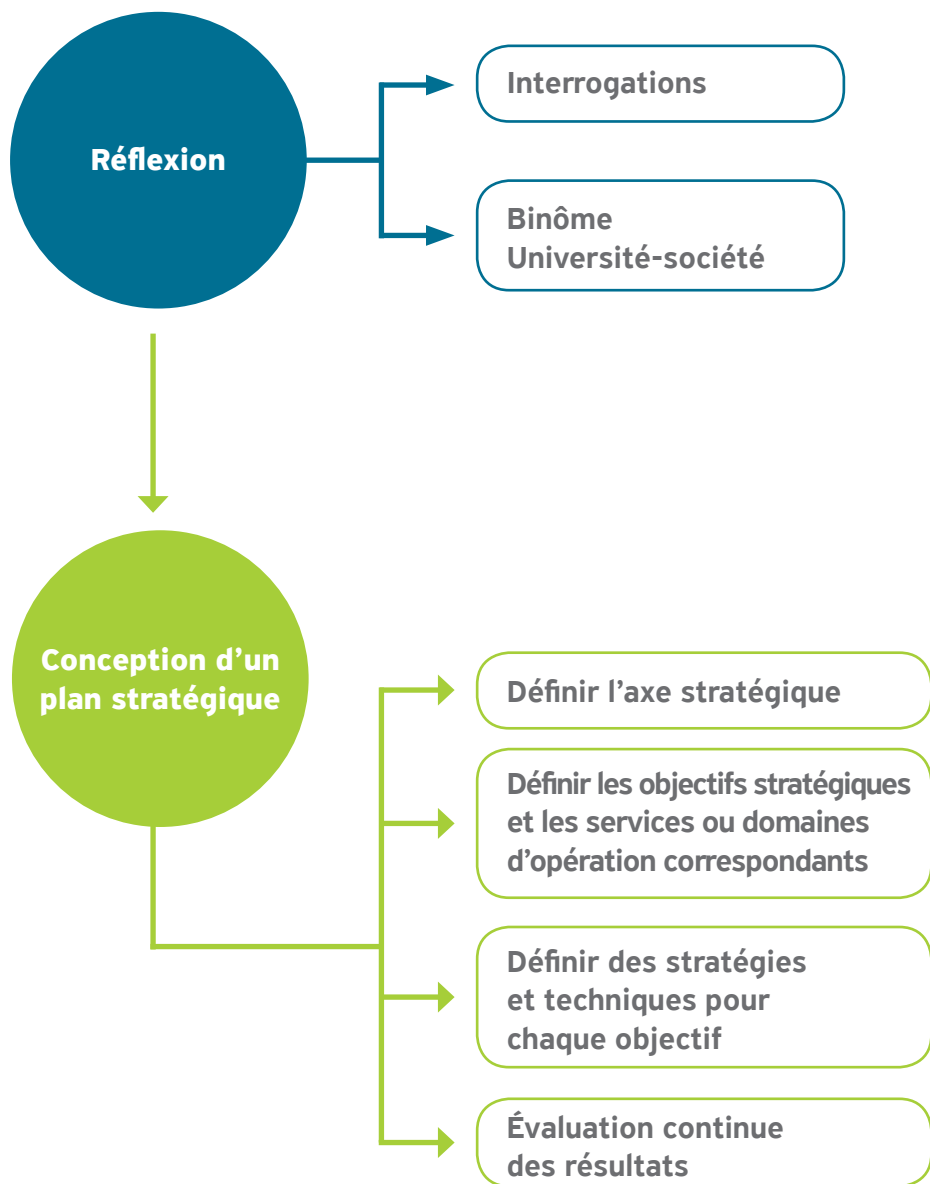
Université entreprenante

Il s'agit d'une université capable de fusionner la culture scientifique, humaniste et d'entreprise, en mesure de tirer avantage des opportunités et disposant des outils permettant de s'adapter continuellement à évolutions de son environnement, et par conséquent de répondre aux nouveaux besoins de la société.

3. Développement du territoire. A propos du développement local <http://biblioteca.municipios.unq.edu.ar/modules/misli-bros/archivos/Barreiro.pdf>

4. IESA/CSIC de Andalucía. «¿Son las relaciones sociales una fuente de recursos?» (Les relations sociales constituent-elle une source de ressources ?) Papers 67, 2002. p. 129--148.

Diagrama de flujo Guide SUE



**MISE EN PLACE DE SERVICES UNIVERSITAIRES POUR
L'EMPLOI (SUE) DANS L'OPTIQUE DE LA
COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT**

DRA. ROSA MARÍA TORRES VALDÉS

MAI 2012



Tempus



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante