



**UNIVERSITÉ  
LAVAL**

**Évaluation périodique du  
baccalauréat en sciences de la consommation (B.A.)**

**Faculté des sciences de l'agriculture et de l'alimentation**

**Conseil universitaire du 1<sup>er</sup> novembre 2016**

## SOMMAIRE DU RAPPORT SYNTHÈSE D'ÉVALUATION

Le programme de baccalauréat en sciences de la consommation (B.A.) est rattaché à la Faculté des sciences de l'agriculture et de l'alimentation (FSAA). L'enseignement est sous la responsabilité du Département d'économie agroalimentaire et des sciences de la consommation. Le baccalauréat compte 90 crédits. À la session d'automne 2015, 355 étudiants étaient inscrits au programme. Il fait ici l'objet d'une troisième évaluation périodique; la dernière évaluation remonte à 2007 (CU-2007-50).

Pour les besoins de l'évaluation institutionnelle, le Vice-rectorat aux études et aux activités internationales (VREAI) a réalisé trois sondages en ligne<sup>1</sup> auprès de différents groupes de personnes concernées par le programme. Pour sa part, la direction de programme a réalisé une table ronde auprès d'employeurs<sup>2</sup>. Par ailleurs, la direction de programme a déposé un dossier d'autoévaluation en décembre 2015. Ce dossier, qui inclut les résultats des consultations, a été transmis à deux experts provenant de l'École de technologie supérieure (Montréal) et de l'Institut d'administration des entreprises (IAE) de l'Université de Poitiers (France). Les experts ont ensuite rencontré des acteurs touchés par le programme lors d'une visite à l'Université Laval les 18 et 19 janvier 2016; ils ont déposé un rapport d'évaluation au terme de leur visite.

En février et en mars 2016, le Comité institutionnel d'évaluation des programmes (CIEP) s'est réuni pour analyser la documentation disponible (le dossier d'autoévaluation incluant les résultats des consultations ainsi que le rapport des experts externes) et pour produire le présent rapport synthèse d'évaluation. Afin de porter un jugement sur le programme, le CIEP s'est référé aux normes de pertinence et de qualité établies à partir des critères énoncés dans la *Politique d'évaluation périodique des programmes de formation de l'Université Laval*<sup>3</sup>. Il a tout d'abord identifié les principales forces du programme. Le CIEP a par la suite formulé des recommandations dans le but de s'assurer que le programme répond bien aux normes d'évaluation. De plus, il peut avoir émis des suggestions en vue d'améliorer le programme, et ce, même si ce dernier respecte les normes. Conformément à la Politique, le doyen de la FSAA devra proposer des moyens pour donner suite à chacune des recommandations et des suggestions dans son plan d'action.

### PRINCIPALES FORCES DU PROGRAMME

---

- La compétence et la disponibilité des enseignants, ainsi que la diversité de leur expertise.
- L'employabilité des diplômés.
- Le caractère unique du programme.
- La solidité de la formation de base.

---

1. En septembre 2015, des sondages en ligne ont été remplis par les personnes suivantes : 113 étudiants ayant acquis au moins 24 crédits du programme (sur une possibilité de 225; taux de réponse de 50 %), 58 diplômés récents du programme (sur une possibilité de 194; taux de réponse de 30 %), 9 enseignants du programme (sur une possibilité de 9; taux de réponse de 100 %).

2. Au total, six employeurs ont participé à la table ronde qui a eu lieu en septembre 2015.

3. Source :

[http://www.vre.ulaval.ca/qualite\\_de\\_la\\_formation/evaluation\\_des\\_programmes/politique\\_devaluation\\_periodique/](http://www.vre.ulaval.ca/qualite_de_la_formation/evaluation_des_programmes/politique_devaluation_periodique/)

- Les stages (nombre, pertinence et qualité de l'accompagnement des étudiants).
- Les méthodes pédagogiques bien adaptées aux objectifs des cours.
- La concertation entre les enseignants.

## RECOMMANDATIONS ET SUGGESTIONS

---

### *Recommandations*

- Que l'on s'assure que le programme couvre bien les pratiques en émergence dans le domaine (ex. : e-commerce, le m-commerce ou le commerce mobile, la stratégie omnicanal, les recours collectifs des consommateurs et le webmarketing).
- Que les directions de la Faculté, du Département et du programme se concertent afin de rendre plus visible, auprès des candidats potentiels et des employeurs, la finalité du baccalauréat en sciences de la consommation de manière à ce que son rattachement facultaire ne masque pas son identité et sa spécificité.
- Que l'on revoie les modalités d'évaluation utilisées dans les cours en vue de bien mesurer les apprentissages.
- Que l'on s'assure que les locaux sont adaptés à la taille des groupes et aux besoins pédagogiques.

### *Suggestions*

- Que l'on fasse davantage connaître la formation auprès des employeurs.
- Que l'on s'assure que les étudiants sont bien informés de l'existence de la maîtrise en agroéconomie - consommation et du passage intégré y menant.
- Que l'on examine la pertinence de revoir l'appellation du programme.
- Que l'on examine la pertinence de regrouper les cours du programme par thématiques.
- Que l'on s'assure que les étudiants maîtrisent davantage les fonctionnalités avancées de chiffriers électroniques (Excel), de logiciels d'analyses statistiques (SPSS) et de présentation (PowerPoint).
- Que l'on s'assure que les cours en communication et en rédaction permettent d'atteindre les objectifs du programme en termes d'aptitudes en communication écrite et orale.

**PLAN D'ACTION DU DOYEN**



UNIVERSITÉ  
**LAVAL**

**Évaluation périodique du programme de  
Baccalauréat en sciences de la consommation**

Plan d'action du doyen

Faculté des sciences de l'agriculture et de l'alimentation

11 octobre 2016

## **Introduction**

Comme le prévoit la politique d'évaluation périodique des programmes de formation de l'Université Laval, la directrice du programme de baccalauréat en sciences de la consommation de la Faculté des sciences de l'agriculture et de l'alimentation (FSAA) a produit le 27 novembre 2015 un rapport d'autoévaluation qui présente plusieurs critères et indicateurs qui ont contribué à la pertinence et à la qualité du programme depuis sa dernière évaluation qui remontait à l'année 2007. Ce rapport a été transmis à deux experts externes en préparation d'une visite qui s'est faite les 18 et 19 janvier 2016. Cette visite a permis à divers acteurs touchés par le programme, incluant les étudiants, de transmettre verbalement de l'information sollicitée par les deux experts et de répondre à leurs questions. De plus, la visite avait pour objectif de les préparer à formuler des recommandations et des suggestions pour s'assurer que le programme répond adéquatement aux normes d'évaluation et en vue de l'améliorer.

Ensuite, le Comité institutionnel d'évaluation des programmes (CIEP) de l'Université Laval s'est approprié des recommandations du rapport des experts externes et du rapport d'autoévaluation du programme pour produire un rapport synthèse d'évaluation. Ce rapport proposait quatre recommandations et six suggestions en lien avec l'ensemble des documents produits par le processus d'évaluation périodique.

Le présent plan d'action découle directement de rapport synthèse préparé le 7 avril 2016 et fait état des dispositions que les directions facultaire, départementale et du programme proposent pour donner suite à chacune des recommandations et suggestions.

## **État de la discipline**

Depuis sa création en 1969, le programme de baccalauréat en sciences de la consommation a évolué de façon significative pour répondre aux importants changements des réalités de la consommation au cours des cinquante dernières années. De nos jours, ce programme couvre largement et en profondeur plusieurs problématiques et réalités liées, non seulement à la consommation, aux intérêts des consommateurs, mais également aux méthodes de recherche en consommation, à la relation organisation-client et à la qualité du service.

Le programme de baccalauréat en sciences de la consommation vise à former un(e) professionnel(le) capable de bien saisir les objectifs, les besoins et les attentes des consommateurs. Il permet d'acquérir les connaissances, les outils méthodologiques et les savoir-faire nécessaires à l'étude des comportements de consommation des différentes unités de consommation. De plus, il prépare à une compréhension approfondie des phénomènes de consommation et de leur évolution dans leurs aspects socioéconomiques, commerciaux et juridiques. Par les connaissances acquises dans ce programme, l'étudiant développera les capacités nécessaires pour effectuer les analyses permettant d'évaluer la relation consommateur-organisation, la qualité de la prestation de service offerte aux consommateurs, en préciser leur nature, les enjeux et les retombées et ainsi aider les organisations de tous types (public ou privé) et de tous les domaines d'activité à mieux satisfaire leur clientèle.

Vous trouverez ci-après les actions proposées en lien avec les recommandations et suggestions émises par le CIEP. Ces actions sont le fruit d'une consultation et d'une concertation entre la directrice du programme concernée, les professeures et professeurs enseignant au programme, la direction du Département d'économie agroalimentaire et des sciences de la consommation et la direction de la FSAA.

### **Recommandations [R] – actions proposées [AR]**

**R1- Que l'on s'assure que le programme couvre bien les pratiques en émergence dans le domaine (ex. : le e-commerce, le m-commerce ou le commerce mobile, la stratégie omnicanal, les recours collectifs des consommateurs et le webmarketing).**

AR1. La plupart de ces éléments était déjà en discussion au comité de programme au moment de la visite des évaluateurs externes. Toutefois, les ressources actuelles ne permettent pas de développer ou d'intégrer tous ces contenus immédiatement. À partir de l'automne 2017, de telles pratiques en émergence seront intégrées graduellement selon les ressources d'enseignement additionnelles éventuellement ajoutées, tenant compte de l'évolution des admissions et des inscriptions au programme.

**R2- Que les directions de la Faculté, du Département et du programme se concertent afin de rendre plus visible, auprès des candidats potentiels et des employeurs, la finalité du baccalauréat en sciences de la consommation de manière à ce que son rattachement facultaire ne masque pas son identité et sa spécificité.**

AR2. Le programme de baccalauréat en sciences de la consommation de l'Université Laval est unique au Québec et au Canada dans son orientation organisation-client. Il est donc très important qu'il puisse affirmer une identité spécifique. Le développement d'une identité propre au programme et même à la profession constitue un défi pour le programme afin de bien faire comprendre les divers débouchés pour leurs diplômés.

Au cours de la session d'automne 2016, le comité de programme se penchera sur les questions de la finalité et de l'identité du programme. La direction facultaire collaborera avec le comité de programme afin de trouver une appellation du programme plus appropriée.

Par ailleurs, afin d'améliorer cette situation le plus rapidement possible, des actions concrètes ont déjà été prises par la direction de la FSAA. Ainsi, des vidéos sur la carrière ont été conçues et diffusées sur les réseaux sociaux. Depuis les Portes ouvertes de février 2016, le programme dispose d'une représentation additionnelle avec l'ajout d'une table de recrutement dans le secteur des sciences humaines. Antérieurement, le programme était représenté uniquement dans le secteur des sciences appliquées, où est situé le kiosque de la FSAA. La direction facultaire de concert avec le Centre de ressources pédagogiques a débuté un projet de dissociation du positionnement du programme avec celui de la FSAA par la création d'un référencement Google « sciences de la consommation ». Ainsi, tout visiteur intéressé à ce qui a trait aux sciences de la consommation sera automatiquement redirigé à une page sciences de la consommation où les programmes de formation en sciences de la consommation seront directement accessibles sans passer par la page des autres programmes de la FSAA.

**R3- Que l'on revoie les modalités d'évaluation utilisées dans les cours en vue de bien mesurer les apprentissages.**

AR3. Plusieurs cours du programme de baccalauréat en sciences de la consommation offrent un enseignement à de grands groupes d'étudiants (plus de 100 et parfois près de 200). Cette caractéristique nécessite de la part des enseignants de considérer des alternatives pédagogiques adéquates pour optimiser l'acquisition des connaissances dans de grandes classes. Le corps enseignant, en collaboration avec le Bureau de soutien à l'enseignement, a su développer des approches d'enseignement novatrices incluant la pédagogie inversée, les études de cas, les présentations orales des étudiants, les quiz hebdomadaires et tout l'éventail des méthodes d'évaluation préconisées et adaptées aux grands groupes, et ce, sans nuire à la qualité de l'enseignement et du cheminement des étudiants. L'adaptation des cours à distance est présentement analysée.

La direction départementale continuera de solliciter auprès de conseillers en formation du Bureau de soutien à l'enseignement des avis et des formations pour les enseignants du programme dans le but de les aider à développer de nouveaux outils d'évaluation dans le cadre des enseignements à de grands groupes. Des formations pourront être offertes sur mesure en fonction des objectifs et des particularités des cours du programme et selon un calendrier qui permettra d'accommoder l'ensemble du personnel enseignant. Les directions facultaire et départementale s'assureront d'une allocation adéquate de ressources humaines afin de supporter les enseignants dans les tâches de correction de manière à favoriser davantage la réalisation de travaux individuels.

**R4- Que l'on s'assure que les locaux sont adaptés à la taille des groupes et aux besoins pédagogiques.**

AR4. La problématique des locaux constitue un défi constant pour la direction de la FSAA, particulièrement pour les programmes à forte fréquentation, ce qui est le cas pour ce programme. De plus, plusieurs étudiants et enseignants se plaignent de la vétusté de certaines salles peu adaptées à l'utilisation des portables et autres appareils mobiles. Pour cette raison, les deux amphithéâtres du pavillon Paul-Comtois ont subi des rénovations majeures pendant l'été 2016. Ils ont été transformés et adaptés pour rendre leur fréquentation confortable et selon des normes qui répondent aux besoins grandissants d'utilisation des appareils mobiles en classe.

Les personnes responsables de l'allocation des salles de classe font tout ce qui est possible pour trouver des salles adaptées à des grands groupes et qui répondent aux besoins pédagogiques des cours. Si les salles du pavillon Paul-Comtois ne sont pas disponibles, d'autres salles sont proposées dans les pavillons localisés les plus près de la FSAA. Les enseignants et les étudiants qui préféreraient donner ou recevoir leurs cours au pavillon Paul-Comtois pourront être accommodés à des heures et des jours où la disponibilité des grandes salles est plus grande. La diminution de la taille des groupes demeure une autre option à l'étude dans un contexte de réallocation des ressources pédagogiques.

L'Université Laval se dotera d'un logiciel de réservation des salles de classe qui permettra de mieux répondre aux besoins des enseignements concernant la taille des groupes ou des besoins technologiques et pédagogiques. La mise en œuvre de ce nouveau système de réservation est prévue en 2018; d'ici là, le Bureau de la gestion des études fera tout ce qui est possible pour bien répondre aux besoins en salles de classe. La direction de la

FSAA tient à mentionner ici que cette problématique existe pour l'ensemble des programmes de formation à forte fréquentation de la Faculté.

### **Suggestions [S] – actions proposées [AS]**

Sur la base de l'analyse de la documentation disponible, le CIEP suggère d'examiner les points suivants :

#### **S-1. Que l'on fasse davantage connaître la formation auprès des employeurs.**

AS-1. Il y a eu plusieurs tentatives d'approche des employeurs pour faire connaître ce programme d'études. La journée carrière annuelle en est une. La promotion du programme auprès des employeurs en est une autre. L'organisation d'un *speed meeting* en est une troisième. Mais nous convenons que d'autres démarches peuvent être faites conjointement avec la direction départementale, la directrice du programme et le Service de placement de l'Université Laval, afin de revoir les modalités de réalisation de telles activités (dates, synchronisation avec d'autres événements pour que les employeurs n'aient pas à revenir plusieurs fois sur le campus, etc.). De façon concomitante, les étudiants stagiaires du programme sont également d'excellents ambassadeurs auprès d'employeurs potentiels de nos diplômés.

La direction facultaire identifie présentement des colloques, salons ou autres événements spécifiques aux sciences de la consommation afin d'y présenter le programme et de faire connaître les objectifs et le contenu de la formation.

#### **S2- Que l'on s'assure que les étudiants sont bien informés de l'existence de la maîtrise en agroéconomie - consommation et du passage intégré y menant.**

AS-2. La FSAA a organisé une semaine d'information auprès des étudiants du premier cycle pour les sensibiliser, les informer et les inciter à s'inscrire dans un de nos programmes de maîtrise. Cette semaine d'information a eu lieu pendant la troisième semaine du mois de septembre 2016. À cette occasion, des professeurs et des chercheurs ont donné des conférences en lien avec leurs activités professionnelles, et témoigné de leurs motivations et de leur cheminement de carrière. D'autres présentations ont permis aux étudiants de connaître les programmes de bourses, les conditions d'admission dans les programmes de maîtrise et de doctorat ainsi que les possibilités de carrière pour les diplômés des études supérieures. Enfin, les différents cheminements qui incitent à envisager une poursuite de formation aux cycles supérieurs ont été présentés, notamment le profil recherche, le profil distinction et le passage intégré. Il y aura lieu de prévoir des moments et des activités spécifiques aux sciences de la consommation afin de permettre aux étudiants d'affirmer leur identité propre au programme.

De plus, les directeurs de programme de 1<sup>er</sup> et de 2<sup>e</sup> cycles de la FSAA tiennent chaque année des rencontres d'informations sur la maîtrise pour les étudiants de premier cycle. De plus, les étudiants de premier cycle, admissibles au passage intégré à la maîtrise, sont personnellement contactés.

Ces activités bien qu'essentielles ne donnent pas tous les résultats escomptés. Une maîtrise en sciences de la consommation constituerait un programme beaucoup plus attractif que la maîtrise en agroéconomie avec majeure consommation créée en 2012. En effet, plusieurs étudiants n'y voient pas une identité propre et optent pour une autre

maîtrise dont le nom est plus évocateur de leur formation. Le projet de détachement du cheminement sciences de la consommation conduisant à une maîtrise en sciences de la consommation apparaît comme une piste de solution. Une démarche en ce sens sera annoncée par la Faculté à l'automne 2016.

**S3- Que l'on examine la pertinence de revoir l'appellation du programme.**

AS-3. Le comité de programme examine présentement cette proposition et soumettra un rapport au Conseil de la FSAA dans les prochains mois.

**S4- Que l'on examine la pertinence de regrouper les cours du programme par thématiques.**

AS-4. Cette question est examinée par le comité de programme dans le but de revoir la structure du programme et la présentation des cours à option selon des thématiques particulières et les compétences à développer. Cette nouvelle présentation sera plus claire et transparente pour les étudiants.

**S5- Que l'on s'assure que les étudiants maîtrisent davantage les fonctionnalités avancées de chiffriers électroniques (Excel), de logiciels d'analyses statistiques (SPSS) et de présentation (PowerPoint).**

AS-5. Deux cours utilisent déjà les fonctionnalités SPSS, et un autre, celles de PowerPoint. Le comité de programme analysera la possibilité que d'autres cours du programme offrent l'occasion de se familiariser avec d'autres logiciels comme Excel.

**S6- Que l'on s'assure que les cours en communication et en rédaction permettent d'atteindre les objectifs du programme en termes d'aptitudes en communication écrite et orale.**

AS-6. De récentes discussions avec la direction de l'École des langues ont permis de créer un cours spécialement conçu pour les étudiants du programme. Cela permettra d'adapter le contenu pour favoriser le développement des compétences de communication et de rédaction des étudiants. Depuis l'automne 2016, des sections du cours actuel FRN-1113 ont été réservées aux étudiants du programme et un nouveau cours en *Communication écrite en consommation* (FRN-XXXX) sera accessible dès la session d'hiver 2017.

Enfin, il est important ici de mentionner que le cours Communication orale en public (COM-1500) est déjà offert à option depuis plusieurs années. De plus, dans certains cours du programme, les étudiants sont appelés à faire des présentations orales, ce qui contribue également à l'acquisition de compétences en communication (présentation d'un rapport de stage et présentation d'affiches scientifiques, avec l'utilisation de PowerPoint dans les deux cas).

## **Remerciements**

Le doyen de la Faculté des sciences de l'agriculture et de l'alimentation tient à remercier Mme Marie J. Lachance, directrice du programme de baccalauréat en sciences de la consommation et M. Jean-Philippe Perrier, directeur du Département d'économie agroalimentaire et des sciences de la consommation, Mme Renée Marcoux, conseillère en gestion des études à la Faculté, et M. Pierre Mathieu Charest, vice-doyen aux études à la Faculté, pour leur aide précieuse dans la préparation du présent document. Il faut aussi souligner l'excellent travail du CIEP et la précieuse collaboration de Mmes Sophie Goulet et Hélène Johnson, respectivement, conseillère en évaluation de programme et adjointe au vice-recteur aux études et activités internationales.

Jean-Claude Dufour  
Doyen

**ÉCHÉANCIER**  
**Baccalauréat en sciences de la consommation**  
**Faculté des sciences de l'agriculture et de l'alimentation**

N°	Recommandations [R] / Suggestions [S]	Session anticipée de réalisation	Actions proposées par la faculté	Actions réalisées ou en cours de réalisation par la faculté, s'il y a lieu	Responsables
R1	Que l'on s'assure que le programme couvre bien les pratiques en émergence dans le domaine (ex. : le e-commerce, le m-commerce ou le commerce mobile, la stratégie omnicanal, les recours collectifs des consommateurs et le webmarketing).	Automne 2017	Ces contenus seront intégrés graduellement dans les cours.	Les principaux éléments sont en cours de discussion au Comité de programme.	La directrice du programme et le comité de programme.
R2	Que les directions de la Faculté, du Département et du programme se concertent afin de rendre plus visible, auprès des candidats potentiels et des employeurs, la finalité du baccalauréat en sciences de la consommation de manière à ce que son rattachement facultaire ne masque pas son identité et sa spécificité.	Automne 2016 Hiver 2017	Le comité de programme proposera à la direction de la FSAA des stratégies et des moyens pour mieux valoriser l'identité et l'appartenance du programme.	Le comité de programme étudie les actions à réaliser depuis la session d'automne 2016. Des vidéos sur la carrière ont été conçues et mises en ligne sur le site de la FSAA. Dissociation du positionnement du programme avec ceux de la FSAA par la création d'une « landing page ».	Le doyen de la FSAA, le Centre de ressources pédagogiques et la directrice de programme.
R3	Que l'on revoie les modalités d'évaluation utilisées dans les cours en vue de bien mesurer les apprentissages.	Automne 2016 Hiver 2017	Poursuivre la consultation et la formation offerte par le Bureau de soutien à l'enseignement (BSE) et mise à disposition de ressources supplémentaires (professeurs, chargés de cours, auxiliaires d'enseignement).	Sollicitation de collaboration avec le BSE (à venir à la session d'automne 2016 et d'hiver 2017).	Le directeur du Département d'économie agroalimentaire et des sciences de la consommation.
R4	Que l'on s'assure que les locaux sont adaptés à la taille des groupes et aux besoins pédagogiques.	Été 2016	Rénovation des amphithéâtres 2105 et 3111 au pavillon Paul-Comtois. Amélioration des allocations de salles pour les grands groupes soit à des plages horaires moins fréquentées ou dans d'autres pavillons de l'Université Laval.	Complétée.	La directrice exécutive de la FSAA.

**ÉCHÉANCIER**  
**Baccalauréat en sciences de la consommation**  
**Faculté des sciences de l'agriculture et de l'alimentation**

N°	Recommandations [R] / Suggestions [S]	Session anticipée de réalisation	Actions proposées par la faculté	Actions réalisées ou en cours de réalisation par la faculté, s'il y a lieu	Responsables
S1	Que l'on fasse davantage connaître la formation auprès des employeurs.	Été 2017	Des activités spécifiques seront créées et d'autres adaptées à l'identité propre.	Démarches d'approches auprès des employeurs du secteur.	La directrice du programme, les responsables du recrutement, les associations étudiantes.
S2	Que l'on s'assure que les étudiants sont bien informés de l'existence de la maîtrise en agroéconomie - consommation et du passage intégré y menant.	Automne 2016 Hiver 2017.	Semaine d'information sur les études supérieures à la FSAA (Automne 2016).  Projet de création d'une maîtrise en sciences de la consommation par le détachement de la majeure consommation de la maîtrise en agroéconomie – consommation – avec mémoire.	La première édition a été réalisée en septembre 2016.  Le projet de détachement a été initié au cours de la session d'automne 2016.	Le doyen, le vice-décanat aux études. Le comité de programme et le directeur du Département d'économie agroalimentaire et des sciences de la consommation. Le conseil de la Faculté.
S3	Que l'on examine la pertinence de revoir l'appellation du programme.	Automne 2016	Le comité de programme avec l'appui du doyen de la FSAA étudiera la possibilité d'une nouvelle appellation pour le programme qui sera en adéquation avec l'identité et les objectifs du programme.		La directrice du programme, le directeur du Département d'économie agroalimentaire et des sciences de la consommation, le personnel enseignant associé au programme.

## ÉCHÉANCIER

### Baccalauréat en sciences de la consommation Faculté des sciences de l'agriculture et de l'alimentation

N°	Recommandations [R] / Suggestions [S]	Session anticipée de réalisation	Actions proposées par la faculté	Actions réalisées ou en cours de réalisation par la faculté, s'il y a lieu	Responsables
S4	Que l'on examine la pertinence de regrouper les cours du programme par thématiques.	Automne 2016	Revoir la structure et le cheminement du programme.	En cours.	Le comité de programme et la directrice du programme.
S5	Que l'on s'assure que les étudiants maîtrisent davantage les fonctionnalités avancées de chiffriers électroniques (Excel), de logiciels d'analyses statistiques (SPSS) et de présentation (PowerPoint).	Automne 2017	Le comité de programme analysera la possibilité que tous les cours, devant permettre la maîtrise de ces outils informatiques, les intègrent.	En cours.	La directrice du programme et le comité de programme.
S6	Que l'on s'assure que les cours en communication et en rédaction permettent d'atteindre les objectifs du programme en termes d'aptitudes en communication écrite et orale.	Automne 2016	Un nouveau cours portant sur la communication écrite en consommation (FRN-XXXX) sera accessible dès H-17.	Depuis l'automne 2016, des sections du cours actuel FRN-1113 ont été réservées aux étudiants du programme.	La directrice du programme et le comité de programme.