

D. Déclaration en matière de stratégie Erasmus

L'établissement s'engage à publier cette stratégie globale sur son site internet dans le mois suivant la signature de la Charte Erasmus pour l'enseignement supérieur par la Commission européenne.

Pouvez-vous décrire la stratégie internationale (UE et hors UE) de votre établissement. Dans votre description, expliquer a) comment vous choisissez vos partenaires, b) dans quelle(s) région(s) géographique(s) et c) les objectifs et les groupes cibles les plus importants de vos activités de mobilité (en ce qui concerne le personnel et les étudiants en premier, deuxième et troisième cycles y compris les cycles courts, que ce soit à des fins d'études ou de stage). Le cas échéant, expliquer comment votre établissement participe à l'élaboration de diplômes doubles / multiples / conjoints. (max. 5000 caractères)

Langue originale [FR]

Notre établissement est situé sur l'île de La Réunion, au cœur de l'Océan Indien. Cette zone géographique occupe une place particulière sur la scène internationale.

C'est un espace culturel original, au carrefour entre l'Afrique, l'Asie, l'Océanie et l'Europe.

Des évolutions importantes telles que : l'émergence d'un monde multipolaire, l'apparition de nouvelles formes de menaces et de nouvelles zones de tension, la mondialisation des économies et la globalisation des échanges, la diffusion accélérée des innovations technologiques, la rupture des tendances démographiques, la prise de conscience des risques environnementaux et notamment de ceux liés au réchauffement de la planète, concernent également l'Océan Indien.

C'est pourquoi, l'ouverture sur l'Europe et sur le monde constitue une priorité pour notre établissement. Notre stratégie consiste à déployer des moyens humains, techniques et financiers afin de favoriser la mobilité des étudiants. A terme, il s'agit pour l'établissement d'intégrer la mobilité dans tous les cursus post-baccalauréat.

En effet, l'acquisition de compétences professionnelles, la maîtrise de plusieurs langues étrangères, la connaissance d'autres cultures et sociétés sont devenues indispensables pour l'insertion des étudiants dans un monde professionnel et une vie citoyenne qui dépassent désormais le cadre des frontières nationales.

Plusieurs objectifs font partie intégrante de la stratégie internationale de notre établissement.

Dans le cadre de la mobilité européenne et internationale, le premier objectif de l'établissement est de faciliter la poursuite d'études à l'étranger. Le deuxième objectif est de permettre une recherche d'emploi sur un marché du travail élargi. Le troisième objectif est de former des citoyens ouverts sur le monde.

En outre, on peut également préciser que les projets de mobilité permettent de fédérer l'équipe enseignante et l'équipe administrative autour d'actions spécifiques, durables et interdisciplinaires. Cette coordination permet de structurer et piloter nos projets avec plus d'efficacité. Cela s'inscrit également dans la stratégie internationale de notre établissement.

a/ Le choix de nos partenaires

En ce qui concerne les périodes de stage en entreprise pour les sections de techniciens supérieurs (BTS) les partenaires sont les entreprises ou certains organismes étrangers. On entend par entreprises les PME comme les groupes nationaux et internationaux.

En autonomie, mais sous contrôle pédagogique permanent, les étudiants recherchent et entrent en contact avec les partenaires de leur choix. Les étudiants se présentent à leur partenaire en leur envoyant une lettre de motivation et un curriculum vitae, ainsi que les modalités du stage.

Nous préconisons cette démarche active qui place l'étudiant au centre du projet de mobilité. Cela amène l'établissement à entrer en contact avec une multitude de nouveaux partenaires en Europe comme dans le reste du monde, et dans des secteurs d'activité très variés (agro-alimentaire, énergies, NTIC, services, transport et logistique...)

b/ Les régions géographiques

De par notre éloignement géographique des autres continents, les étudiants manifestent une grande curiosité et un grand intérêt pour l'Australie, la Nouvelle Zélande, la Chine, le Japon, l'Inde, l'Afrique du Sud, les Emirats Arabes Unis, le Mexique, les Etats-unis, le Canada et l'Europe (essentiellement en Espagne, en Grande Bretagne, et en Allemagne). On observe également que certains projets de mobilité se déroulent dans l'Océan Indien, et plus précisément sur l'île Maurice qui est très proche (450km) et anglophone.

Le choix dans les destinations est également conditionné par le budget disponible des étudiants pour réaliser ce stage à l'étranger.

c/ Les objectifs et les groupes cibles

Nos projets de mobilité européenne et internationale s'inscrivent dans nos trois sections de techniciens supérieurs qui correspondent aux cycles courts.

- La formation en Communication (BTS Communication) présente les enjeux contemporains de la communication, et développe la maîtrise des langues

- La formation en Management (BTS Management des Unités Commerciales)

- La formation en Commerce International (BTS Commerce International) vise à former des professionnels associant des connaissances linguistiques et culturelles de haut niveau et des compétences nécessaires au commerce international, et former de futurs commerciaux à l'international, curieux, adaptables et ouverts sur le monde.

Notre établissement affiche clairement son souhait de développer la mobilité dans le cadre des formations supérieures, et met en œuvre les moyens nécessaires pour y parvenir.

Pouvez-vous décrire la stratégie de votre établissement pour l'organisation et la mise en œuvre de projets de coopération européenne et internationale dans l'enseignement et la formation en lien avec des projets mis en œuvre dans le cadre du Programme.

Si ce n'est pas d'application, veuillez expliquer (max. 2000 caractères).

Langue originale [FR]

Notre établissement est résolument tourné vers les échanges internationaux. Pour les élèves en formation dans les filières secondaires pré-baccalauréats de nombreux programmes d'échange et d'appariements favorisent les liens linguistiques avec l'Allemagne, l'Espagne, l'Australie, l'Afrique du Sud, la Chine et l'Inde. Des voyages linguistiques sont régulièrement organisés.

Dans l'enseignement supérieur, les étudiants de BTS COMMERCE INTERNATIONAL réalisent un stage de 10 semaines dans un pays étranger (PAYS EUROPEENS, MEXIQUE, AFRIQUE DU SUD, AUSTRALIE, INDE, CHINE, NOUVELLE ZELANDE, ETATS ARABES UNIS).

Notre objectif est d'organiser des stages à l'étranger pour les étudiants de BTS COMMUNICATION et MANAGEMENT DES UNITES COMMERCIALES. Nous prévoyons également de réaliser des projets dans le cadre de l'action clé n° 2 du programme ERASMUS : Coopération pour l'innovation et les bonnes pratiques. Le BTS COMMERCE INTERNATIONAL étant un diplôme à référentiel commun européen, nous souhaitons créer des conventions de partenariats avec les établissements de formation de pays dans lesquels nos étudiants font régulièrement leur stage et intégrer dans nos projets les entreprises partenaires qui accueillent nos stagiaires.

Pouvez-vous expliquer l'impact escompté de votre participation au Programme sur la modernisation de votre établissement (et ceci pour chacune des 5 priorités de la stratégie de modernisation de l'enseignement supérieur) en ce qui concerne les objectifs de la politique que vous comptez réaliser. (max. 3000 caractères).

Langue originale [FR]

1) Augmenter les niveaux de qualification pour former les diplômés et les chercheurs

Par ces stages à l'étranger, les étudiants améliorent leur niveau de langue vivante. Par l'expérience de pratiques différentes ils enrichissent leurs connaissances et compétences, leur permettant ainsi de s'insérer plus facilement dans le monde professionnel ou de poursuivre avec facilité leurs études après le BTS.

2) Améliorer la qualité et la pertinence de l'enseignement supérieur

La diversité des pratiques dans les différents pays et la mise en commun de ces expériences diverses contribueront à enrichir les connaissances tant des professeurs que des étudiants. L'enseignement sera réellement en phase avec les milieux professionnels nationaux et étrangers.

3) Relever la qualité grâce à la mobilité et à la coopération transnationale

L'acquisition de compétences professionnelles diverses, la maîtrise de plusieurs langues étrangères, la connaissance d'autres cultures et sociétés révèlent la qualité de la formation de nos étudiants.

4) Faire le lien entre l'enseignement supérieur, la recherche et les entreprises, favoriser l'excellence et le développement régional

Lors de leur stage, les étudiants sont également chargés de réaliser une étude de marché pour le compte d'entreprises réunionnaises souhaitant exporter leurs biens ou services à l'étranger. Ces actions contribuent au développement économique régional et entretiennent des partenariats déjà étroits entre l'établissement et les entreprises. Elles contribueront à forger année après année dans la société réunionnaise un esprit ouvert, tourné vers l'extérieur.

5) Améliorer la gouvernance et le financement

Jusqu'à présent, seuls les étudiants de BTS COMMERCE INTERNATIONAL bénéficiaient de fonds octroyés par l'Etat (Rectorat et LADOM) et un organisme régional (Conseil Régional). Parmi ces étudiants, certains ne bénéficient pas du financement du billet d'avion (montant élevé en raison de la position géographique de la Réunion). Notre participation au programme pourra permettre de financer cet achat et d'envoyer en stage à l'étranger les étudiants des autres BTS (COMMUNICATION et MANAGEMENT DES UNITES COMMERCIALES) qui ne bénéficient d'aucun financement pour l'instant parce que le stage à l'étranger n'est pas réglementairement obligatoire.

* COM (2011) 567 (<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0567:FIN:EN:PDF>)