

# La construction d'un projet professionnel à l'Université

---

*Edmond CHIDIAC*

*Professeur associé au département d'Histoire à l'Université Saint-Joseph,  
Directeur-adjoint du Service de la Vie étudiante et insertion professionnelle*

Le recrutement des étudiants dans les universités privées est un domaine particulièrement compétitif. Les représentants des universités se succèdent dans les écoles privées afin d'exposer les formations dispensées par leurs institutions, sous le meilleur jour et améliorer ainsi leurs chances d'accroître leurs effectifs.

La concurrence ne s'arrête pas là. Bien sûr, elle porte sur les volets académiques, la recherche, la qualité de la vie étudiante sur les campus, etc., mais également sur l'insertion professionnelle de leurs étudiants. Cette politique s'est considérablement développée au cours des dernières années. L'employabilité des étudiants devient donc un enjeu important, car il a un impact sur la renommée de l'institution et sur son attractivité.

Comment l'université peut-elle aider l'étudiant à s'insérer sur le marché du travail ?  
Comment peut-elle l'aider à construire son projet professionnel ?

## **I- Des diplômes adaptés au marché du travail**

### **1- Les indicateurs**

L'élaboration d'une politique d'insertion professionnelle répond à un besoin exprimé par les étudiants. Mais pour être abordé avec méthode, cette démarche doit tenir compte d'un certain nombre d'indicateurs susceptibles de mesurer l'employabilité des étudiants.

On pourrait croire, à première vue, qu'il suffirait de connaître le pourcentage d'étudiants fraîchement diplômés ayant trouvé un travail, dans les mois qui suivent la fin de leurs études, pour déterminer le niveau de l'employabilité. La réalité est plus complexe, car d'autres indicateurs doivent également être pris en compte. J'en citerai les plus importants :

- La durée moyenne de recherche d'emploi. Lorsqu'elle dépasse les 6 mois pour une majorité d'étudiants, la situation devient inquiétante pour l'avenir et l'attractivité de la filière.
- Le salaire à l'embauche. Est-il conforme à la moyenne des salaires pratiqués pour cette catégorie de métiers ?
- Le degré de satisfaction de l'étudiant, après 6 mois d'embauche. Son diplôme l'a-t-il préparé à exercer ce métier ? Lui a-t-il donné les compétences nécessaires ?
- Le degré de satisfaction de l'employeur. A-t-il trouvé dans la formation du candidat les compétences qu'il exigeait ?

- La progression au sein de l'entreprise. Bien sûr, elle dépend de la personnalité du candidat et des capacités propres, mais la formation académique contribue également à les développer et à lui donner les compétences techniques.

Pour une institution universitaire, ces éléments sont à déterminer avec précision pour chaque filière, car la politique d'insertion professionnelle en dépend.

## 2- Diplômes et insertion professionnelle

Les universités dispensent des formations que l'on peut classer en trois catégories :

- Des formations professionnalisantes. Elles préparent l'étudiant à un métier spécifique. Par exemple, la médecine, la médecine dentaire, architecture, l'ingénierie (civile, informatique, etc.), sciences infirmières, etc.
- Des formations professionnalisantes, mais polyvalentes. A un niveau de licence et parfois en master, elles forment l'étudiant à un grand nombre de métiers. Exemple : Droit, Gestion, Sciences économiques.
- Des formations académiques peu professionnalisantes. Il s'agit souvent des Sciences humaines : histoire, philosophie, lettres, sociologie, etc.

L'enquête sur le Devenir des étudiants de l'USJ menée par l'OURSE (Observatoire universitaire de la réalité socio-économique) entre 2005 et 2008 confirme bien que les étudiants appartenant à cette 3<sup>ème</sup> catégorie de diplômes sont ceux qui ont le plus de mal à s'insérer sur le marché de l'emploi et qui, souvent, sont recrutés avec les salaires les moins élevés. Cette tendance n'est pas propre au Liban. D'après une enquête réalisée par l'INSEE en 2010 les titulaires de masters en Sciences humaines ont un taux de chômage comparable à celui des détenteurs de bacs pros...

C'est pour pallier ce genre de difficultés que le projet Tempus Pacome (Partenariat pour les compétences et l'emploi), lancé au Liban en 2013, a été conçu puisqu'il vise à améliorer l'articulation entre les formations universitaires et les besoins du marché en termes de compétences.

## II- Que mesurent les recruteurs ?

Ces compétences, ce savoir-faire, comment les recruteurs le mesurent-ils ?

Dans le milieu des entreprises, le recrutement se professionnalise de plus en plus. Le traditionnel IQ test n'est plus l'indicateur privilégié sur lequel s'appuient les spécialistes du recrutement dans les Directions de ressources humaines. Le diplôme ou l'expérience deviennent à présent le garant des compétences techniques. On recherche moins un candidat ayant eu de brillants résultats dans l'enseignement supérieur que des personnes capables de s'affirmer comme futurs leaders. Ainsi, les recruteurs font usage de tests psychologiques et de jeux de rôles pour mesurer, chez un candidat, son intelligence sociale et son intelligence émotionnelle.

L'intelligence sociale est la capacité d'une personne à interagir et à nouer des relations positives avec son entourage. En d'autres termes, il s'agit de la capacité à convaincre, à se s'intégrer dans une équipe, à inspirer la confiance et la sécurité, à prendre la parole, etc.

L'intelligence émotionnelle est la capacité à contrôler ses émotions et même d'agir sur celles des autres : contrôler son stress, dégager de l'optimisme, rassurer et motiver les membres d'une équipe. Une telle capacité est fort utile chez un cadre.

Certes, ce genre d'aptitudes ne relève pas de la formation académique, mais de la personnalité d'un individu. Que peut donc faire une institution universitaire pour préparer ses étudiants à affronter les exigences du marché du travail et celles des recruteurs ?

### **III- La formation des étudiants**

Une institution universitaire a donc tout intérêt à préparer ses étudiants à affronter le marché du travail. A cet effet, de nombreuses universités se sont dotées d'un service dédié à l'insertion professionnelle, dont le nom varie d'une institution à l'autre. Les principaux services que l'on y trouve sont les suivants :

#### **1- Une formation collective des étudiants**

Il s'agit principalement de former les étudiants à rédiger un CV et une lettre de motivation, à passer un entretien d'embauche, à exploiter les réseaux sociaux pour se tisser un réseau de relations.

#### **2- Le suivi individuel**

Il vise principalement à aider l'étudiant à s'orienter. Cette démarche est particulièrement utile aux étudiants des filières peu professionnalisantes car elles permettent, au moyen de tests d'orientation bien choisis et d'entretiens personnalisés, de dégager un profil général de l'étudiant. Est-il porté sur la recherche ? A-t-il un l'étoffe d'un leader ? A-t-il les aptitudes nécessaires pour s'orienter vers un profil administratif ? Etc.

Ce travail d'orientation peut être utile même aux étudiants des filières spécialisées. En effet, si trois ingénieurs peuvent avoir suivi le même cursus, l'un pourrait s'orienter vers le chantier où il serait plus performant, un autre vers l'étude et un troisième choisirait de suivre un MBA et d'aller vers des métiers peu techniques.

La satisfaction que retirent les étudiants ayant été bien orientés ne peut qu'avoir un effet positif sur l'image qu'il gardera de son université et celle qu'il propagera d'elle.

Le stage, même s'il n'est pas prévu dans le cursus académique, constitue également un élément essentiel de l'orientation et de la recherche d'emploi.

#### **3- La constitution d'un réseau professionnel**

La nature d'un tel réseau varie selon les cas. Dans certains pays, des répertoires de métiers existent pour chaque région, facilement consultables par les nouveaux

diplômés. Dans d'autres universités, le plus souvent, la direction constitue des associations d'anciens (Alumni) pour aider leurs nouveaux diplômés à intégrer le marché du travail.

Le contact avec les Alumni peut aider l'université à constituer un réseau d'entreprises et de favoriser ainsi le contact avec ses étudiants.

## **Conclusion**

Plus qu'un simple enjeu relatif à l'image de marque de l'université, la construction d'un projet professionnel de l'étudiant est devenue, dans nombre d'institutions, en enjeu stratégique. Mais un tel organisme requiert un savoir-faire qu'il n'est pas toujours facile de se procurer. Au Liban, les institutions universitaires souffrent également d'une carence importante dans la disponibilité des statistiques sur l'emploi, les secteurs productifs, les métiers de l'avenir, etc. Dans leur démarche d'orientation, lorsqu'ils en suivent une, les étudiants se basent davantage sur les informations venant d'Europe ou d'Amérique du Nord que du Liban. Faut-il s'étonner alors qu'ils soient tentés ces pays ?