

Compte rendu du conseil de perfectionnement
Master CILA
M1 et M2 (FI et alternance)
26 mars 2025

UFR Langues

Master CILA, marketing & digital business, commerce international et langues appliquées

CR rédigé par Cécile Poix le 26 mars

Noms et qualités des personnes présentes

Enseignants

Cécile POIX, co-responsable CILA, MCF anglais

Thanh-Hà BARGAS, co-responsable CILA, PRAG anglais, enseigne en M1

Sarah SCAPPATICCI, PAST, intervenante professionnelle en M1 et M2 et ancienne étudiante CILA

Jean-François GAUTHIER, PAST, intervenant professionnel en M1 et M2

Étudiants

Karima Agred, étudiante (et déléguée) M2 en alternance

Administration

Florence ZORN, gestionnaire de scolarité M1

Andrea ARIOTTI, gestionnaire de scolarité M2

Marion TRAHAY, chargée de professionnalisation, UFR Langues

Laetitia BARTOLI, responsable du pôle alternance CFA

Justine TOURRAL, référente alternance CFA

Externe

Achraf RABBANI, ancien étudiant, diplôme obtenu en 2020

Stéphanie PERA, coordinatrice Force de vente chez Strada Marketing, qui recrute chez nous depuis 3 ans.

Isabelle ADELIN, directrice du CFA et de l'expérience professionnelle à l'EM Lyon qui a recruté un stagiaire de M1 en 2024.

Préparation du conseil

Les participants ont été conviés dans le but d'évaluer l'attractivité du diplôme au regard de l'insertion professionnelle des diplômé.es. En effet, depuis la nouvelle accréditation mise en place en 2022-23, la formation a acquis une coloration marketing digital : CILA, Commerce International, Langues Appliquées, Marketing et Business digital.

Créé en 1993 (il donne suite à un DESS ouvert en 1991) au sein du département LEA (Langues Étrangères Appliquées) de l'Université Lumière Lyon 2, le master CILA Digital est un master professionnalisant qui forme sur le terrain et à l'université, des spécialistes trilingues du commerce et marketing international, avec une forte dimension digitale.

A l'issue de cette formation, les étudiants sont en mesure de :

- conseiller, définir et mettre en place une stratégie de marketing et communication (traditionnelle et digitale) ;
- analyser, définir et coordonner les plans d'actions commerciales, import-export, supply chain et logistiques ;
- piloter et gérer des projets en plusieurs langues - accompagnement du changement, management de projets multiculturels et internationaux, gestion de projets RSE ;
- comprendre et accompagner une stratégie de transformation digitale.

Au recrutement, la maîtrise parfaite (au niveau C1/C2) de deux langues étrangères est obligatoire et nécessaire car les enseignements se font majoritairement en anglais. L'anglais est obligatoire pour tous les étudiants. La deuxième langue peut être : l'allemand, l'espagnol, l'italien, le portugais, l'arabe ou le chinois. Les connaissances économiques sont également indispensables.

Les étudiants ont cours au premier semestre (M1 et M2). Le deuxième semestre se fait en M1 soit dans l'université partenaire (Wenzao, Taiwan et Bergame, Italie) pour les étudiants qui ont opté pour un double diplôme, soit en stage (idéalement à l'étranger) pour les autres. Les étudiants de M2 qui n'ont pas choisi l'alternance partent également en stage (en France ou à l'étranger) au deuxième semestre.

Avant d'aborder les points de discussion, Thanh-Ha Bargas présente quelques données concernant la formation selon une enquête menée au 1/12/2023 concernant le devenir des étudiants diplômés en 2022 :

32 inscrits, 31 diplômés (97 % de réussite) – âgés entre 24 et 34 ans – 74 % de nationalité étrangère.

19 étudiants (61%) ont répondu à l'enquête. 79 % d'entre eux referaient ce master.

Les emplois occupés sont des postes stables (63 %) à temps plein (94 %) de cadre ou équivalent (38 %), de niveau intermédiaire (25 %), d'employé (19 %) et pour l'un d'entre eux en profession libérale. Les étudiants restent majoritairement (63 %) dans le Rhône.

Les employeurs sont essentiellement des entreprises privées (69 %) dans des secteurs variés : finance et assurance (19 %) ; commerce, transports, hébergement et restauration

(19 %) ; industrie (18 %) ; information et communication (18 %) ; services administratifs ; administration publique ; santé humaine et action sociale, autres. Le salaire net mensuel médian des diplômés ayant un emploi en France est 2026 EUR. Les postes occupés sont variés : responsable (marketing, marketing vente indirecte, zone junior, sales & marketing executive), spécialiste marketing numérique, content manager, référent des conventions monde, trader, coordinateur de médias sociaux, chargé de communication digitale et recrutement international, gestionnaire information voyageur, consultant en recrutement, conseiller clientèle, assistant commercial, etc.

81 % des répondants déclarent que leur emploi est en adéquation avec le niveau et la spécialité du diplôme.

Nous recrutons essentiellement des étudiants avec une licence LEA. La formation est une poursuite d'études en parfaite adéquation avec le profil des étudiants de LEA à Lyon 2 qui ont suivi les options AES (Administration Economique et Sociale) qui leur sont proposées chaque semestre de la L1 à la L3. Nous recrutons également des étudiants issus d'écoles de commerce et des étudiants issus d'autres formations (obtenues en France ou à l'étranger). La moitié des intervenants sont issus du monde professionnel.

Les débouchés sont variés également (développement commercial, marketing, gestion de projet, import-export, logistique, etc.) avec un taux d'emploi de 71 % 6 mois et 87 % 12 mois après l'obtention du diplôme. Achraf Rabbani précise qu'il a terminé son stage en juillet 2020, l'année du COVID. Malgré la situation particulière et le ralentissement économique, il a été recruté en septembre 2020 en tant que commercial pour le marché italien. Les personnes de sa promotion avec lesquelles il est encore en contact, sont également en poste, en France ou à l'étranger. Sarah Scappaticci a également trouvé un emploi en janvier de l'année suivant l'obtention de son diplôme, au siège européen de Microsoft en Irlande. Elle se souvient que dans sa promotion, tout le monde était en poste dans les quelques mois suivant la formation. Le CILA est d'ailleurs soutenu par un réseau d' alumni qui transmet régulièrement des offres (stages, alternances, postes à pourvoir). Stéphanie Pera qui a assisté à un jury de fin de stage en 2024 confirme que pour les promotions les plus récentes, les étudiants diplômés avaient aussi rapidement trouvé des emplois.

Étant donné qu'un grand nombre d'offres de stage ou d'alternance correspondent au profil de nos étudiants dans de nombreux secteurs d'activité, que l'insertion professionnelle se fait sans difficulté à l'issue du diplôme, et que nous recevons chaque année un grand nombre de candidatures, il est pertinent de s'interroger sur un éventuel développement de cette formation.

Principaux points discutés en conseil

Pour chaque point, résumer les avis des parties prenantes, faire apparaître divergences et convergences.

Point A : objectif et contenu de la formation

Les objectifs de la formation (ex : leur compréhension, leur pertinence)

Cette formation professionnalisante permet deux orientations possibles (commerciale ou marketing). L'accent est mis sur les compétences en langue et l'interculturalité. Deux DPI sont proposés (Bergame et Taiwan) dès l'inscription.

Les étudiants semblent préférer, soit la partie des cours en management et commerce, soit celle liée au marketing et la communication.

Les étudiants ont par ailleurs fait remonter à plusieurs reprises que le volume des cours, condensés sur un semestre, était lourd.

- Cette double spécialisation est-elle nécessaire ? Serait-il envisageable de scinder la formation en deux ? Nous pourrions augmenter la capacité d'accueil et proposer certains cours mutualisés (tronc commun par exemple pour RSE, Langues appliquées) et d'autres par spécialité selon le choix des étudiants (spécialisation commerciale ou marketing).

Sarah Scappaticci confirme qu'en M2, les stages sont assez bien répartis : business development, prospection commerciale, marketing, ainsi que quelqu'un dans l'événementiel. Certains s'intéressaient cette année à la logistique-supply chain.

Marion Trahay indique que les M1 qui préparent avec elle leur alternance pour l'année prochaine s'intéressent essentiellement au commerce, puis au marketing. Ceux qui parlent de supply-chain ont une notion assez floue du supply-chain. Thanh-Ha Bargas précise qu'il y a un master Supply Chain à Lyon 2 (SEG).

Karima Agred nous explique qu'il est très utile d'avoir des compétences dans plusieurs disciplines et que cette polyvalence est une richesse. Elle demande plutôt à ce qu'il y ait plus de cours de commerce international (CI), car la formation est plus riche dans la partie Digital. Il y a de nombreux liens entre le CI et le marketing. Les deux vont de pair. Il faudrait peut-être plus d'enseignement de CI en M1.

Stéphanie Pera précise aussi qu'il y a beaucoup de facteurs qui entrent en jeu (par exemple la personnalité de l'étudiant) pour la capacité de transformer les apprentissages au sein d'une entreprise. La gestion de projet, ou l'analyse de données, par exemple, ne s'apprennent pas forcément de manière théorique. L'apprentissage d'Excel, mal adapté à un enseignement théorique, prend tout son sens dans un cas pratique en entreprise. Les étudiants ne sont pas forcément toujours attentifs à ce qu'ils apprennent si cela semble éloigné de l'usage qu'il pourrait en faire. Ils le regrettent souvent une fois en stage ou en alternance et peuvent alors ressortir leurs cours de fac. Selon elle, les cours sont bien structurés.

À l'issue des échanges, il semblerait, si nous pouvons augmenter la capacité d'accueil, qu'il soit plus pertinent de scinder l'alternance et la formation initiale, tout en maintenant la pluridisciplinarité. Cela permettrait aussi d'accorder plus de place et de temps aux projets tutorés qui sont très pertinents pour mettre les apprentissages en pratique.

Les contenus de formation (ex : cohérence avec les objectifs de la formation, adéquation avec les attentes des formations constituant une poursuite d'études naturelle, adéquation avec les débouchés professionnels)

Cette formation professionnalisante se construit avec une expérience en entreprise obligatoire (stage ou alternance).

- De moins en moins d'étudiants choisissent de partir en stage à l'étranger. Cette année en M2, seulement 5 l'ont fait (Portugal, Italie, Angleterre et 2 en Chine). Il y a finalement peu d'engouement pour faire un stage hors de France.

Karima Agred confirme que peu d'étudiants de sa promotion souhaitaient partir. Cela peut se comprendre pour les étudiants allophones. Pour autant, les autres « n'avaient pas envie de bouger ».

Florence Zorn explique qu'auparavant, il était obligatoire de faire au moins un stage à l'étranger (M1 ou M2) sauf dérogation.

Achraf Rabbani qui a obtenu son diplôme en 2020 avait fait ses deux stages en France. Parfois les étudiants se disent que l'entreprise qui les prend en stage les embauchera peut-être et c'est pour cela qu'ils préfèrent rester ici. Pourtant une expérience à l'étranger est très valorisante. Il faudrait peut-être les pousser à partir en M1 pour que le deuxième stage, ou l'alternance, vise l'embauche en France.

Marion Trahay confirme l'atout sur un CV d'avoir eu une expérience à l'étranger.

À l'issue des échanges, il semble important d'encourager les stages à l'international en M1. Plus de communication devra se faire dans ce sens auprès des étudiants, dès la rentrée.

Point B : Structure de la formation et EDT

La structure de la formation et l'emploi du temps sont-ils favorables à la progression pédagogique, à l'engagement des étudiants ?

Calendrier de l'alternance

Cette formation mixte (proposée en FI et en alternance) pose des problèmes de calendrier. Ces deux dernières années, le calendrier d'alternance était construit pour accommoder la FI (seulement 2 semaines en entreprises entre la rentrée mi-septembre et mi-décembre). Les entreprises regrettent de n'avoir qu'une semaine en septembre pour former les étudiants qu'ils ne revoient que 6 semaines plus tard (ils ont tout oublié). Nous envisageons de modifier le calendrier pour qu'entre septembre et décembre

l'alternance se fasse toute les deux ou trois semaines, avant un quasi-temps plein en entreprise dès fin janvier.

Marion Trahay explique que ce calendrier devrait mieux répondre aux besoins des entreprises. Toutefois, il faudra occuper le temps des étudiants inscrits en FI qui n'auront pas cours ces semaines-là.

Stéphanie Pera explique que du point de vue de l'employeur, certaines activités ne permettent pas vraiment l'absence longue d'un alternant qui doit se rendre en formation. L'activité de son entreprise est peu compatible avec un calendrier 3 jours 2 jours proposés par certaines formations. Par ailleurs, l'activité dense avec une période en entreprise plus longue pour les étudiants, s'avère souvent éreintante, car ils doivent finalement être simultanément sur les deux fronts. Les modalités que propose le CILA peuvent répondre aux entreprises qui ont besoin d'un quasi-temps plein. Le calendrier vers lequel la formation s'oriente (3 semaines, 2 semaines) permettra d'accompagner les étudiants avec une vraie montée en puissance. Il correspond mieux aux besoins de son entreprise. Cela dépend évidemment des activités des entreprises, mais pour celles qui ont des clôtures de mois, l'absence est problématique.

Laetitia Bartoli nous informe qu'une enquête menée auprès de 500 entreprises montre qu'il n'est pas possible de tirer une préférence générale sur le rythme d'alternance (à part peut-être pour les activités du tourisme).

Isabelle Adeline fait le même constat à l'EM Lyon. Il est vrai que les entreprises ont tendance à vouloir la présence de l'alternant le plus souvent possible. À quel moment est-il donc pertinent d'avoir les cours (début, milieu, fin) ? L'EM a pris le parti de proposer un rythme qui facilite les contraintes logistiques et bâtimentaires (1 semaine en formation, 2-3 semaines en entreprise). Leur CFA accueille un peu moins de 700 apprentis sur 4-5 programmes de formation à niveau bac +4 ou +5. Certains cœurs de métier (finance, contrôle de gestion) ont des périodes plus critiques, mais cela devient trop compliqué de proposer des calendriers spécifiques. Il est impossible d'être sur tous les fronts, de répondre à toutes les problématiques. Les semaines de formation sont aussi des bouffées d'oxygène qui permettent aux étudiants, dont la maturité est à géométrie variable, de rester en lien avec le monde académique. Il y a aussi des apprentis qui rencontrent des situations un peu difficiles en entreprise pour lesquels la semaine de formation permet d'être soulagé de lourdes charges de travail.

Concentration des cours sur un semestre

Les cours sont concentrés sur un semestre avec un calendrier très contraint. Cette période dense ne laisse pas beaucoup de place pour la mise en place de projets tutorés. Les étudiants souhaiteraient parfois avoir des enseignements plus approfondis.

Certains enseignements qui pourraient être dispensés en tronc commun, pour l'ensemble de la promotion, en bloc (par exemple, deux semaines pour voir le programme des douanes). Karima Agred souligne qu'il est important que certains cours théoriques

soient dispensés en début d'année, afin d'avoir suffisamment de connaissances pour être opérationnel en entreprise.

À l'issue des échanges, il semblerait que scinder le parcours en deux (FI et FA) permettrait de mieux répartir les cours et de les approfondir, mais aussi de mieux accompagner les projets tutorés.

Point C : Résultats et évolutions possibles de la formation

Les résultats (taux d'emploi) montrent que la formation est pertinente. Nous remarquons que les doubles diplômes intéressent de nombreux étudiants. Serait-elle plus attractive avec d'autres propositions de combinaisons linguistiques ?

Karima Agred nous informe que les étudiants inscrits en espagnol auraient bien aimé qu'un double diplôme leur soit proposé.

Sarah Scappaticci précise que les étudiants inscrits en double diplôme ont toutefois moins d'expérience professionnelle que ceux qui ont fait un stage en M1. C'est le stage qui permet de construire un portfolio, des références, un réseau.

Thanh-Ha Bargas suggère que le recrutement des étudiants inscrits en double-diplôme privilégie celles et ceux qui ont déjà une expérience de stage.

Des pistes ont été étudiées par les personnes qui encadraient le diplôme jusqu'à la rentrée de septembre 2024.

La formation est construite sur un système d'évaluation (notation) relativement classique. Les compétences sont-elles correctement évaluées ?

Karima Agred précise que la montée en puissance de l'IA devrait nous inciter à repenser les évaluations, notamment la part *créative* fournie par l'étudiant. Les évaluations sont souvent des présentations orales dans des travaux de groupe. Si elles sont préparées avec l'IA et simplement lues, non seulement les étudiants ne sont pas évalués sur une méthodologie, mais il y a peu de chance qu'ils retiennent ce qu'ils ont présenté. Avec l'IA, le travail de groupe est rendu plus individuel, il y a finalement très peu d'échanges. Chacun travaille séparément sur sa partie.

Achraf Rabbani précise que ces outils n'existaient pas quand il était étudiant et que les travaux de groupe ont été un des aspects les plus positifs de sa formation. Les groupes de 5 ou 6 permettaient de développer des soft skills, de voir qui devenait le leader et par rapport à cela le développement de compétences. Travailler ensemble, répartir le travail, aussi bien que l'analyse de données, permettaient d'acquérir au-delà de l'aspect social des compétences applicables en entreprise. Il est facile d'oublier le contenu d'un cours, mais l'acquisition du savoir-être est cruciale et cette compétence perdure. Idéalement, l'évaluation porte pour moitié sur le contenu et l'autre moitié évalue la recherche de l'information, le partage du travail de groupe et la présentation.

Marion Trahay précise que l'application à des situations concrètes réelles (projets tutorés, expérience en entreprise actuelle) permettraient de réduire la part de la recherche confiée à l'IA (car il est aussi nécessaire de rencontrer, d'échanger, de se déplacer). Les mises en situation concrètes permettraient peut-être de recentrer

l'évaluation des compétences et de réancrer la formation dans la réalité d'un projet réel demandé par une entreprise avec de vrais interlocuteurs.

Achraf Rabbani rappelle que l'utilisation de l'IA est également omniprésente en entreprise. Son utilisation est nécessaire et peut être intégrée à la pédagogie de la formation.

À l'issue des échanges, il semble indispensable d'inclure une méthodologie d'évaluation de l'IA responsable. La formation a d'ailleurs été inscrite dans le projet InART porté par l'université. Il faudra aussi renforcer et stimuler les échanges dans les travaux de groupe qui sont proposés.

Conclusions

Après discussion le conseil estime que :

- Les points forts de la formation sont son attractivité (renforcée par deux doubles diplômes), la polyvalence de sa formation (commercial et marketing digital), l'accessibilité aux stages et à l'alternance renforcée par un très bon réseau d' alumni.
- Les objectifs de la formation sont tout à fait adaptés aux débouchés. Le taux d'emploi est très satisfaisant. Pour répondre à la demande (des entreprises et des candidats à la formation) et pour faciliter le rythme des apprentissages, il semble utile d'augmenter la capacité d'accueil et nécessaire de scinder la formation en proposant un groupe en alternance et un groupe en FI.
- Les étudiants qui sont allés au bout de la formation ont tout à fait atteint les objectifs visés. Le réseau des anciens étudiants montre l'attachement qu'ils ont porté à cette formation et leur volonté de contribuer à l'insertion des nouvelles promotions.
- Le programme de formation pourra sans doute être renforcé avec un calendrier mieux adapté.
- Les pédagogies mises en œuvre devront être repensées, notamment pour tenir compte de l'IA et encourager les échanges et le développement des soft skills.
- Les modalités d'évaluation des connaissances et des compétences pourront tenir compte de l'évolution de l'IA, à la fois pour évaluer la maîtrise de l'outil indispensable en entreprise mais aussi pour la capacité de choisir quand l'utiliser ou non pour développer les autres compétences.