

Ordre du jour

- Composition du conseil et rappel des règles de fonctionnement
- Bilan et points d'amélioration autour de la nouvelle maquette en place à la rentrée 2022 (M1, M2 ECOSMA et MPMETI)
- L'orientation M1 vers M2
- Bilan de la 1^{ère} campagne de recrutement "Trouver mon master "(TMM) (2023-2024)
- Taux d'attractivité et taux d'insertion professionnelle
- Projets stratégiques pour les prochaines années déjà initiés ou en cours de définition (Double master MS/Humanités numériques et double Master MS/Droit des affaires)
- Valorisation de la mention, attractivité et relations avec les partenaires socio-professionnels
- Nouvelle gouvernance
- Questions diverses

Présents (Le conseil s'est tenu en Comodal)

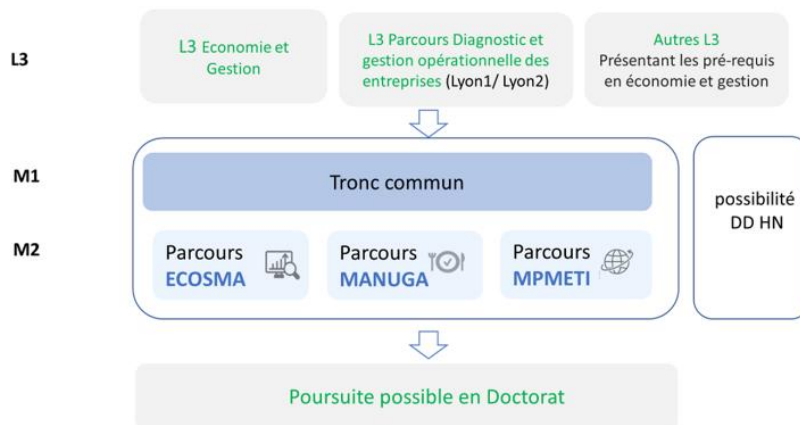
- **Représentants du monde socio-économique**
Cécile Ducrest (responsable des relations avec les entreprises)
Nicolas Pollini (directeur des achats chez Transdev, enseignant vacataire dans le M2 MPMETI) en visio
- **Responsables pédagogiques**
Martine Séville (responsable de la mention) + Nathalie Claveau (M1)
Céline Bérard (M2 MPMETI) en visio
Aina Ravoniarison (M2 ECOSMA)
Stéphanie Verfay (M2 MANUGA)
Isabelle Allaz (responsable L3 GOOP, ex-directrice de COACTIS sur la période)
- **Représentants étudiants**
Belbeto Beto et Marie Cécillon (M1 2023-2024)
Lucas Claret (M2 MPMETI, promotion 2022-23)
Ronan Lefevre (M2 ECOSMA, promotion 2023-24)
- **Responsables administratifs**
Julie Delet (Scolarité M1)

Le Conseil débute à 12h. Après rappel des règles relatives à la tenue d'un Conseil de Perfectionnement, Martine Séville (responsable de la mention jusqu'à ce jour) présente l'ordre du jour.

1 - Bilan de l'offre en place depuis la rentrée 2022

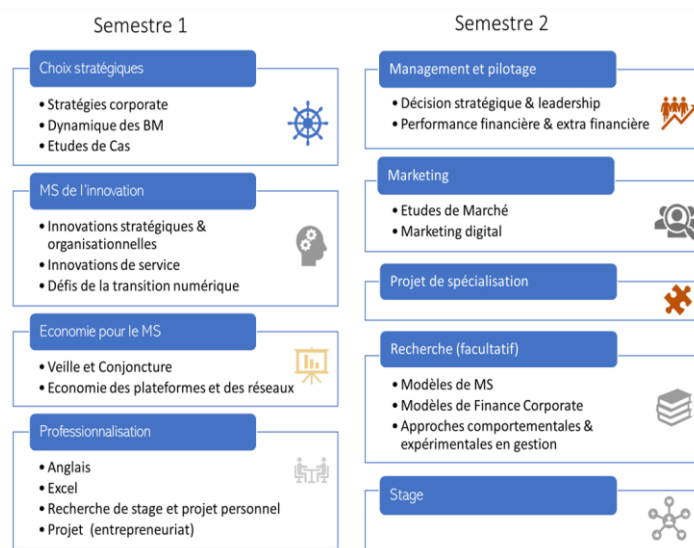
La structure actuelle de la mention Management Stratégique est évoquée avec un M1 en tronc commun et 3 parcours de M2 ainsi que la possibilité d'un double diplôme Management Stratégique/Humanités Numériques.

Architecture actuelle de la mention MS (jusqu'à cette rentrée 2023-2024)



11 - Bilan et points d'amélioration au niveau M1

Après un rappel du contenu de la 1^{ère} année auprès des parties prenantes, il est présenté les résultats des enquêtes menées chaque année auprès des étudiants du M1 (2022-2023 sur Semestre 1 et 2 et 2023-2024 sur semestre 1). Il est rappelé que l'évaluation de chaque enseignement est communiquée à l'enseignant concerné. Les représentants étudiants du M1 sont invités à illustrer et compléter ces résultats.



➤ Points positifs

- Une maquette globalement pertinente (avec un semestre 1 assez général et théorique et un semestre 2 jugé plus spécialisant et plus ancré dans les pratiques)
- Les projets proposés aux Semestre 1 (entrepreneuriat) et Semestre 2 (Développement de concept-produit vs Jeu d'entreprise)
- Le soutien de la scolarité et l'accompagnement pour le stage

➤ Points négatifs

- TD et intervenants professionnels en M1 jugés insuffisants
- Temps de débrief sur cas, examens, projets jugés trop courts
- Quelques redondances et chevauchements au début de certains cours

- Des attentes différentes selon le cursus antérieur
- Un mois de janvier jugé encore en 2023 très/trop chargé en examens (malgré 2 examens anticipés sur décembre)
- Absence de cours en finances au Semestre 1

➤ Points d'amélioration discutés avec les diverses parties prenantes

- Manque de TD -> débat récurrent sur leurs coûts et sur le problème des cours mutualisés qui compliquent leur mise en place : des applications à envisager autrement (cf. recours plus amples aux études de cas en CM)
- Manque de "finance" en M1 → proposition d'un cours (*Impact investing*) dans l'UE Economie pour la rentrée 2024 dès le semestre 1
- UE recherche facultative au S2 et mutualisée avec mention MBFA pas des plus satisfaisantes -> place de la recherche en M1 à repenser
- Des cours assez cloisonnés -> le projet entrepreneurial pourrait mobiliser plus directement plusieurs cours -> possibilité d'un examen ou d'études de cas transversales à 2-3 cours au S1
- Relations avec anciens étudiants à développer -> proposition de redescendre en M1 certaines présentations-métiers, et étude d'un projet de mise en relation avec les anciens via la réalisation d'entretiens-métiers

12 – Bilan et points d'amélioration du M2 MPMETI

Les changements majeurs apportés dans la maquette MPMETI sont tout d'abord rappelés :

Rappel : les changements majeurs dans la maquette

Réduction des heures d'enseignement effectif (hors suivi) par étudiant : de 305h à 281h

Cours supprimés :

- Transformation digitale
- Droit du travail
- Management et financement des risques
- Prédiction
- Excel
- Négociation et management interculturel

Cours ajoutés :

- Stratégies concurrentielles (fermé depuis)
- Stratégies collaboratives et territoriales
- Gestion de projet

Cours mutualisés avec ECOSMA

- GRC (désormais en anglais)
- Stratégies concurrentielles (fermé depuis en MPMETI)

Calendrier : fin des cours avant les vacances de fin d'année pour commencer le stage dès début janvier

Les résultats de l'enquête de satisfaction administrée à la promotion 2022-23 sont ensuite présentés.

Enquête de satisfaction administrée à la promotion 2022-23

(17 répondants)



- + Stage possible dès début janvier
- + Contenu général de la maquette apprécié, jugé pertinent et satisfaisant, avec des cours intéressants, voire très intéressants
- + Projet de recherche sur les entrepreneurs qui prépare au mémoire
- + Rythme de travail jugé soutenu, mais jugé normal en M2

« C'était une année formidable ! »

« Très riche... je retire du positif de mon master »

« Les matières sont globalement très intéressantes et pertinentes »



- Irrégularité de la charge de travail (EdT et dossiers)
- Caractère trop généraliste
- Trop de cours différents et, de fait, pas toujours suffisamment approfondis
- Pas assez d'heures ou de matières dédiées au contrôle de gestion et à l'internationalisation
- Pas assez d'anglais
- Trop d'évaluations collectives
- Non proposé en alternance

Des voies d'amélioration se dégagent alors des discussions avec les diverses parties prenantes :

- **Augmenter la part des évaluations individuelles.** Il y a beaucoup de projets de groupe en M2 et, de fait, beaucoup d'évaluations collectives. Si ces projets sont très appréciés, cela se fait au détriment des évaluations individuelles. Il pourrait être envisagé d'intégrer une notation individuelle dans les évaluations collectives et de proposer plus d'examens individuels sur table.
- Fournir **un rendu des notes plus régulier et plus rapide** aux étudiants.
- **Repenser la place de certaines matières**, dont la finalité reste assez floue pour les étudiants. Les matières concernées sont la gestion de la relation client (cours perçu comme étant trop orienté marketing) ; les stratégies collaboratives/territoriales (cours jugé assez redondant avec le cours de Stratégies corporate du M1) ; et un TD de Gestion de projet pas assez « pratique ».
- Accorder **plus de place au contrôle de gestion et à la finance**.
- **Repenser les ateliers d'insertion professionnelle.** Les ateliers proposés en M2 sont trop proches de ce qui est proposé en M1. En M2, il serait souhaitable de proposer un entretien individuel de suivi par semestre par étudiant ; et de mettre l'accent sur des thématiques précises telles que la négociation d'un salaire.

Améliorer l'emploi du temps. Il serait souhaitable d'éviter que certains cours (gestion des achats, contrôle interne/gestion des risques) soient condensés sur quelques grosses journées. Toutefois, le planning des cours concernés s'avère être tributaire de l'emploi du temps de vacataires qui ne résident pas en région lyonnaise.

13- Bilan et points d'amélioration du M2 ECOSMA

La maquette actuelle d'ECOSMA : relativement stabilisée

UE Méthodologies et techniques d'enquête & d'études

- Méthodes qualitatives
- Méthodes quantitatives
- Application (quali / quanti)
- Analyse de données de panels
- Digital et Intelligence marketing 2.0/3.0
- Management opérationnel d'une étude

UE Marketing Management

- Pilotage de l'action Marketing
- Performance de marques
- **Comportement du consommateur ***
- Trade Marketing et category management
- Consumer insight

UE Stratégies et prise de décision

- Stratégies concurrentielles (devenant « Stratégie et prospective » rentrée 2024)
- GRC (en anglais)
- Développement de produit, créativité et innovation

UE Outils de professionnalisation

- Webmarketing et techniques de communication digitale
- Veille et outils
- **Anglais ***

- Un calendrier ajusté pour permettre les **départs en stage dès la 1^{ère} ou 2^e semaine de janvier**
- **2 cours supprimés** : « Prédiction » et « Excel »
- Enseignements mutualisés à 80% avec **MANUGA**

Retours des étudiants

(enquête de satisfaction administrée aux étudiants 2021-22 et 2022-23 & retours promo 2023-24)



- ▲ Formation jugée très complète et contenu globalement apprécié
- ▲ Interventions des professionnels externes globalement très appréciées (vision experts-métiers, outils, originalité des approches)
- ▲ Dimension très « pratique et terrain » : beaucoup de mises en application et une charge de travail importante en continu
- ▲ Refonte du cours d'anglais très appréciée

« je suis très contente de mon année de M2 . Le double apport en terme d'étude et de marketing est enrichissant »

« L'ensemble des matières étaient intéressantes, le contenu, nous permet de nous projeter sur notre avenir professionnel. »

- ▼ Confusion persistante vis-à-vis de l'identité d'ECOSMA (transmise et perçue) : orientation « Chef de produit » vs. orientation « Chargé d'études »
- ▼ Pas assez d'enseignement dédié au métier de « Chef de produit »
- ▼ Ambivalence sur le poids du « quanti » et son contenu
- ▼ Disparition du cours d'Excel
- ▼ Trop de travaux de groupe

Des voies d'amélioration se dégagent alors des discussions avec les diverses parties prenantes, dont deux communs au M2 MPMETI :

- **Augmenter la part des évaluations individuelles.**
- Fournir **un rendu des notes plus régulier et plus rapide** aux étudiants.

14 - Bilan et proposition de transformation du M2 MANUGA pour la rentrée 2024 en une option du M2 ECOSMA

Le parcours de M2 MANUGA spécialisé sur les études et le marketing dans le secteur alimentaire a été créé pour répondre à des demandes de spécialisation sur des problématiques alimentaires. Bon nombre d'étudiants d'ECOSMA sont pris en cabinets d'études pour travailler pour des entreprises du secteur alimentaire ou dans des groupes agroalimentaires.

Ce parcours a été initié dans un contexte économique assez contraint. Les enseignements sont mutualisés à 80% avec le M2 ECOSMA et complétés par des enseignements "MOTIFS" proposés par l'université, dédiés à des problématiques sur l'alimentation et par des cours spécifiques. Des projets d'étude sont proposés aux étudiants par ailleurs en lien avec des problématiques sur la transition alimentaire de la chaire TRALIM à laquelle un membre de l'équipe pédagogique contribue.

Finalement, le parcours est jugé par les étudiants trop focalisé et il manque d'attractivité. De plus, la pérennité des enseignements "Motifs" n'est pas assurée et le choix des "Motifs" est impossible à imposer aux étudiants.

➔ Décision *in fine* de réintégrer MANUGA dans ECOSMA avec une option "alimentaire" reprenant une partie des cours dédiés.

22 - L'orientation M1 / M2

- Constat d'une évolution soudaine dans les demandes de M2 : M2 MPMETI beaucoup plus demandé que M2 ECOSMA cette année, ce qui va créer un déséquilibre notoire dans les effectifs en M2 pour la rentrée prochaine.
- De multiples explications sont recherchées et discutées :
 - Des projets professionnels flous (préférence pour une formation plus généraliste ; quitte à le regretter au final parfois)
 - Des perceptions plus ou moins biaisées du marketing : en termes d'attractivité de la discipline et de débouchés professionnels
 - Des effets de groupes dans la promotion
 - ECOSMA : une formation dont l'ancrage en marketing n'est pas suffisamment perçu au moment des candidatures en M1 ; d'où quelques changements dans les vœux de M2

➔ Décision d'étudier diverses actions permettant d'améliorer la perception du positionnement du M2 ECOSMA et l'orientation des étudiants (demande plus explicite du M2 visé sur Mon Master, amélioration de la communication sur les sites de l'université, étude de la pertinence d'un entretien d'orientation entre M1 et M2...)

23- Bilan de la 1ère campagne de recrutement via Mon master 2023-2024

▪ Evolution

	2019		2020		2021		2022	2023
	E.Cand 1 ^{ère} vague	E. Cand 2 ^{ème} vague	E.Cand 1 ^{ère} vague	E.Cand 2 ^{ème} vague	E.Cand 1 ^{ère} vague	E. Cand 2 ^{ème} vague	E.Cand 1 vague	Mon Master
Dossiers reçus	801		848		1104		306	771
	604	194	653	195	906	198		
Dossiers retenus	264		225		275		108	321
	107 fav +26 compl	12 fav + 0 compl	141 fav +82 compl	2 fav + 0 compl	136 fav +111 compl	21 fav + 7 Compl	66 fav + 42 compl	classés tous appelés
Inscrits en M1	66 (dont 2 mob + 2 césure + 5 redoub)		62 (dont 4 redoublants)		67 dont 3 mob		38	51 dont 1 mob

Pour 2024 CAL(Cap d'Accueil de la mention) mise à 55 comme demandé (60 l'an passé)
COL (Cap Offerte sur la plateforme) toujours à 50

- Effectifs d'avant covid retrouvés
- Bilan de « Mon master »
 - Un dispositif qui mobilise longuement l'équipe (un processus qui s'étale au final sur 9 mois entre le paramétrage de la plateforme et la gestion des inscriptions)
 - Un dispositif qui facilite un recrutement plus large (sur tout le territoire)

▪ Provenance de la promotion 2023-2024

➤ Sur le plan géographique

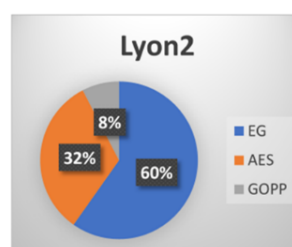
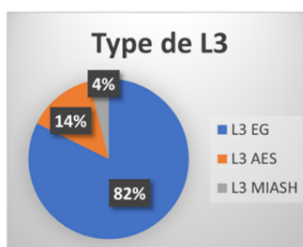
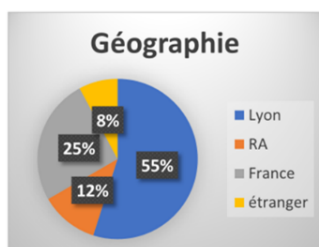
Lyon	28
Région RA (hors Lyon)	6
France (hors RA)	13
Étranger	4

➤ En termes de L3

L3 EG et assimilées	42
L3 AES	7
L3 MIASH	2

➤ De Lyon2 (25/51) = 49%

L3 EG	11
L3 AES	6
L3GOPP	8



- Un paramétrage à parfaire (exemple : demander de relier certains propos à des expériences personnelles, demander d'identifier plus clairement le parcours de M2 visé, etc.)

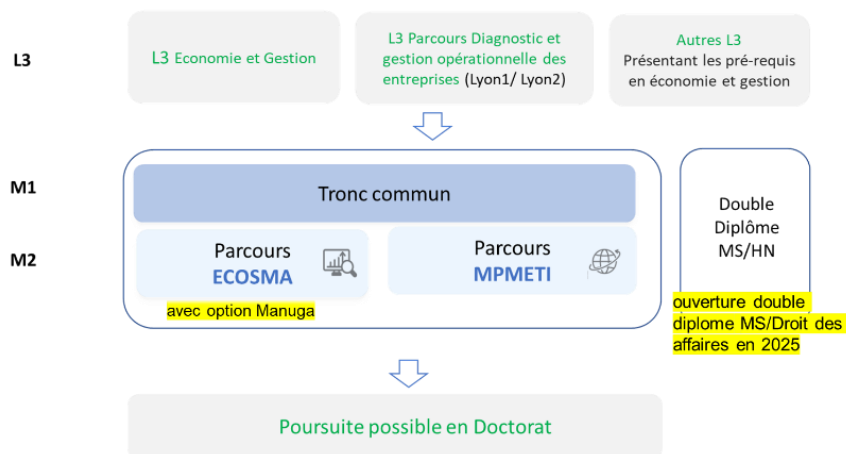
24 – Attractivité et Insertion professionnelle

Sont discutés les chiffres donnés dans le cadre des Contrats Objectifs Moyens Performance (COMP). Ces chiffres sont jugés très satisfaisants par le Conseil de perfectionnement.

MASTER 2										MASTER 1		
APOGEE										SISE+DSN*	APOGEE	
	Effectif FI/FC		Effectif diplômés FI/FC		Tx diplômés FI/FC		ENQUETE IP (FI-30ans FR.pas interruption (études) site MESRI*)		INSERSUP (tx de salarié.es)		REMPLISSAGE (hors convention)	
Diplôme SISE	Effectif M2 2021/22	Effectif M2 2022/23	Eff diplômés M2 2021/22	Eff diplômés M2 2021/222	Tx diplômés M2 2021/22	Tx diplômés M2 2022/23	Diplômés M2 2019-20 TX Inser Pro 18 mois FI	Diplômés 2019-20 M2 Tx de Poursuite d'études 18 mois FI	Diplômés 2020-21 M2 TX Inser Pro 18 mois	Diplômés 2020-21 M2 Tx de Poursuite d'études 18 mois	Taux de remplissage 2022/23 (au 15/01/23)	Taux de remplissage 2023/24 (au 13/11/23)
MANAGEMENT STRATEGIQUE	61	62	60	59	98%	95%	83%	14%	75%	5,30%	63%	87%

3 – Projets

Architecture pour les prochaines années de la Mention MS



Un projet de double diplôme **Management Stratégique/Humanités Numériques** a été ouvert en 2022. Un étudiant suit ce double diplôme depuis la rentrée 2023 avec un emploi du temps aménagé pour ce faire (ex. cours dédiés "Humanités Numériques" concentrés sur le lundi). Le diplôme HN recrute de façon transversale dans diverses composantes et mentions et n'a vocation à accueillir qu'un à deux étudiants maximum de la mention Management Stratégique.

Voté en 2023, un double diplôme **Management stratégique / Droit des affaires** devrait voir le jour pour la rentrée 2025, en coopération avec la faculté de Droit de Lyon2. Il est prévu qu'il concerne 20 étudiants environ (dont 8 de la mention Management Stratégique et 12 environ de la mention Droit des affaires).

4 - Valorisation de la mention et relations avec les partenaires socio-économiques

Un retour est fait sur la participation de la mention à diverses manifestations tels que la Journée Portes Ouvertes, le Salon de l'Étudiant, ainsi que sur les présentations de la mention faites aux étudiants de licence.

Il est évoqué également l'organisation de la cérémonie de remise des diplômes, lors de laquelle a été organisée une table ronde avec des anciens de la mention venus échangés sur leurs parcours et expériences.

Il est rappelé, enfin, la présence de la mention sur LinkedIn via les groupes ECOSMA et MPMETI.

Enfin, il est souligné en M2 ECOSMA, la pertinence et la pérennité du partenariat avec le groupe d'études BVA. Celui-ci permet chaque année la participation des étudiants du M2 ECOSMA à un projet transversal et professionnel, dont les résultats sont ensuite valorisés sur les réseaux sociaux, le site du partenaire et de l'Université. Le cabinet BVA accueille régulièrement des étudiants dans le cadre de stages qui aboutissent fréquemment en embauche.

5 – Changement de gouvernance

Martine Séville, appelée à prendre le poste de doyenne de la faculté, passe le relais pour la responsabilité de la mention à Nathalie Claveau. Le conseil remercie Martine Séville pour son engagement dans cette mention.

Aucune question diverse n'étant soulevée par les participants, le Conseil de perfectionnement prend fin à 14h15.