

Compte rendu du conseil de perfectionnement
MANAGEMENT DE L'INNOVATION
2024-2025 - Bilan et perspectives
M1 MI, M2 MIPI et M2 MCA
19/12/2024

UFR SEG

Mention MANAGEMENT DE L'INNOVATION

CR rédigé par Maud Dampérat et Véronique Dutraive, le 19/12/2024

Noms et qualités des personnes présentes

Responsables de la mention

- Maud Dampérat
- Véronique Dutraive

Responsables pédagogiques

- M1 MI_Judith Favereau
- M2 MIPI_Stéphanie Verfay
- M2 MIPI_Claudine Gay
- M2 MCA_Véronique Dutraive

Responsables de scolarité

- M1 MI_Julie Delet
- M2 MIPI MCA_Béréngère Barazzutti

Etudiants actuels

- M1 MI_Maxence Gerosa
- M1 MI_Alexis Lebarbey
- M1 MI_Daniel Landais
- M2 MIPI_Baptistine Cicorella
- M2 MIPI_Ummu Yildiz
- M2 MCA Téa Bertelli (et M1 MI)

Professionnels, enseignants et anciens étudiants

- Cédric Claquin, enseignant PAST, ULL2 Diversité
- Léa Dessert, TotalEnergies (ancienne MIPI)
- Walter Toma, enseignant, La région AURA
- Alexane Michel (ancienne MCA)

- Claudia Courtial, professionnelle, Direction artistique indépendante - Formations @Azelar Accompagnement - Coordination @Les Canut·es -Management @Mauvais Garçon

Préparation du conseil

Décrire ce qui a été fait en amont du conseil : données factuelles et opinions recueillies, premières analyses, documents transmis aux participants). Annexer le cas échéant les documents de présentation des données factuelles et la synthèse des opinions.

En perspective du comité de perfectionnement du 19/12/2024, les responsables de la Mention MI ont mobilisé les collègues EC et BIATSS ; les étudiants actuels (M1, M2_MIPI et M2_MCA) et anciens ; et des professionnels impliqués dans la mention. Un document PowerPoint a été projeté en séance (ci-joint).

Principaux points discutés en conseil

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

Point A : Contenus pédagogiques et organisation

- Points forts : Forte interdisciplinarité, ancrage professionnel, diversité des débouchés.
- Problèmes : Trop de mutualisation des cours en M1, et cours trop théoriques, densité du semestre 1 en M2 MIPI, des redondances dans les cours de Propriété Intellectuelle,
- Réponses et propositions : EN M1 : Inversion de certains cours entre le S1 et le S2, plus d'exercices à l'oral en M1, rendre le Challenge de l'innovation obligatoire et renforcer les liens avec la Fabrique de l'innovation. Cependant ces dispositifs sont très lourds sur le plan organisationnel. Les enseignants appuyés en cela par les professionnels et les anciens étudiants défendent la nécessité d'enseignements académique pour structurer les capacités d'analyses et d'expertise des étudiants.

Point B : Accompagnement des étudiants

- Points forts : Equipe pédagogique très mobilisée et réactive, en MIPI : projet in vivo très structurant, les cours sont appréciés par les étudiants. Le programme MCA est apprécié des étudiants.
- Problèmes : Manque de moyens pour l'accompagnement notamment pour la recherche de stage, manque de coordination M1-M2. La mutualisation de cours en M1 s'impose sur le plan budgétaire. Le Business plan en MCA devrait être mis en œuvre plus tôt et le cours de

marketing mieux ciblé.

- Propositions : Développer le parrainage dès le M1 (à l'instar du M2) pour suppléer le manque de moyens pour la recherche de stage. Intégrer une formation sur le travail en équipe au projet in vivo. Avancer la formation documentaire en M1. EN MCA intégrer les questions environnementales de manière transversales. Améliorer encore le réseau professionnel et le réseau des alumni.

Point C : Visibilité et professionnalisation

- Points forts : Diplôme bien implanté (plus de 20 ans d'existence), intégration forte dans la dynamique de site et la politique d'établissement ce qui facilite la visibilité et intégration professionnelles des jeunes diplômés. Les professionnels trouvent la formation tournée vers l'innovation et la créativité pertinente avec ses deux parcours.

- Problèmes : Faible visibilité du M2 MCA malgré sa qualité.

- Propositions : Renforcer le réseau des anciens et améliorer la communication externe, même si le manque de moyens à disposition freine ses initiatives.

Conclusions

Après discussion le conseil estime que :

- Les points forts de la formation sont :
 - Formation pluridisciplinaire
 - Bonne insertion professionnelle (92,6 %)
 - Projet In Vivo très apprécié
 - Partenariats solides avec les professionnels

- Les objectifs de la formation sont adaptés aux débouchés (poursuite d'études / emploi) :
Tout à fait / **Plutôt Oui** / Plutôt Non / Pas du tout
Commentaires : Bonne insertion (92,6 %) et adéquation avec les métiers, mais manque de visibilité pour le M2 MCA
Évolutions souhaitées : renforcer le réseau des anciens pour construire un socle solide de relations professionnelles

- Les étudiants qui sont allés au bout de la formation ont atteint les objectifs visés :
Tout à fait / **Plutôt Oui** / Plutôt Non / Pas du tout
Commentaires : Bon taux de réussite, compétences acquises, mais des disparités selon les profils

Évolutions souhaitées : arrêt des recrutements de profil info-comm qui éprouvent de la difficulté avec l'approche pluridisciplinaire

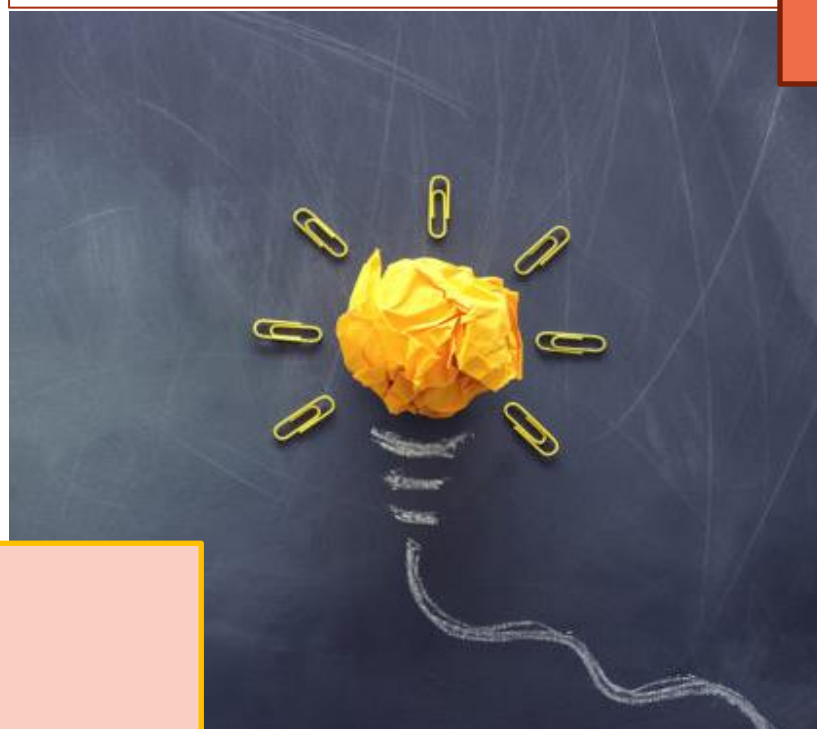
- Le programme de formation doit être conservé sans changement :
Tout à fait / **Plutôt Oui** / Plutôt Non / Pas du tout
Commentaires : Ajustements nécessaires en raison de cours trop denses, inverser l'ordre de certains enseignements
Évolutions souhaitées : Rester vigilants à la planification des enseignements et maintenir à un niveau faible la mutualisation avec les mentions ESS et ETRH
- Les pédagogies mises en œuvre sont adaptées au public étudiant et aux objectifs visés :
Tout à fait / **Plutôt Oui** / Plutôt Non / Pas du tout
Commentaires : Travaux de mise en pratique sont très appréciés, mais certains cours restent trop théoriques
Évolutions souhaitées : mieux prévenir les étudiants en début d'année et rendre obligatoire le challenge IDEABOOM parce qu'il donne du sens aux enseignements plus théoriques ensuite
- Les modalités d'évaluation des connaissances et des compétences doivent être conservées sans changement :
Tout à fait / **Plutôt Oui** / Plutôt Non / Pas du tout
Commentaires : Fonctionnent globalement bien, mais calendrier de fin de semestre à revoir en MI
Évolutions souhaitées : possibilité de faire évoluer les MCCC en contrôle continu

Autres conclusions et évolutions souhaitées :

- Développer les cours d'anglais spécifiques
- Repenser la temporalité de certains enseignements
- Créer un accompagnement spécifique pour la recherche de stages
- Coordination inter-niveaux M1/M2
- Renforcer les liens avec les milieux culturels pour le M2 MCA

*Comité de perfectionnement
du 19 décembre 2024*

Mention Management de l'innovation



PARTICIPANTS

Responsables de la mention

- Maud Dampérat
- Véronique Dutraive

Responsables pédagogiques

- M1 MI_Judith Favereau
- M2 MIPI_Stéphanie Verfay
- M2 MIPI_Claudine Gay
- M2 MCA_Véronique Dutraive

Responsables de scolarité

- M1 MI_Julie Delet
- M2 MIPI MCA_Béréngère Barazzutti

Etudiants actuels

- M1 MI_Maxence Gerosa
- M1 MI_Alexis Lebarbey
- M1 MI_Daniel Landais
- M2 MIPI_Baptistine Cicorella
- M2 MIPI_Ummu Yildiz
- M2 MCA Téa Bertelli

Professionnels, enseignants et anciens étudiants

- Cédric Claquin, ULL2 Diversité
 - Léa Dessert, TotalEnergies (ancienne MIPI)
 - Walter Toma, La région AURA
 - Alexane Michel (ancienne MCA)
 - Claudia Courtial , Direction artistique indépendante - Formations @Azelar
- Accompagnement - Coordination @Les Canut.es -Management @Mauvais Garçon

RÔLE DE COMITÉ DE PERFECTIONNEMENT

Instances consultatives, les conseils de perfectionnement sont adossés à une formation ou encore à un programme de formation au sein **d'une mention**.

Les conseils de perfectionnement participent à l'évaluation de la formation et veillent à l'adaptation de celle-ci aux **attentes du monde socio-économique**. Ils proposent des grandes orientations en matière de **contenus d'enseignement** et **d'ingénierie pédagogique**.

Chaque conseil de perfectionnement est composé **d'enseignant.es et enseignant.es-chercheur.es** de l'équipe pédagogique de la formation, d'étudiant.es, de **professionnels** des organismes secteurs d'activité concernés par la formation et de **personnels administratifs**.

M1 & M2 UFR SEG

+ Monnaie, banque, finance, assurance

+ Management de l'innovation

+ Économie sociale et solidaire

+ Économie du travail des ressources humaines

+ Risque et environnement

+ MEEF 2nd degré - Sciences économiques et sociales (CAPES)

+ Conseiller.es de clientèle de professionnel.les

+ Management stratégique

+ Économie de l'environnement, de l'énergie et des transports

+ Analyse et politique économique

+ Sciences économiques et sociales

+ MEEF 2nd degré - Économie-gestion (CAPET)

MI MI

MANAGEMENT DE L'INNOVATION

OBJECTIFS DE LA MENTION

L'innovation est appréhendée **au sens large** (*produit, service, technologique, sociale, organisationnelle*) dans ses **formes récentes** (e.g., nouveaux *business models*, innovation frugale, innovation durable).

Les compétences développées :

- Connaitre les problématiques liées à l'**innovation**
- Concevoir et développer sa **créativité** (concevoir, développer, manager, accompagner, financer, protéger)
- Gérer et développer des **projets innovants** sous les angles de la gestion, de l'économie et du droit, et ce dans des domaines divers (industrie, culture, etc.)

ARCHITECTURE DE LA FORMATION

L3

SEG / AES / Design / Technologie / Droit

M1 MI

Management de l'innovation

M2 MIPI

M2 MCA

Doctorat

Sciences de gestion / Economie / ...

UN M1 EN COMMUN

Environ 360 h de cours
(sept-mars)
+ un jeu d'entreprise
+ un stage de 3 à 5 mois

M1 MI Management de l'innovation

Les cours fondamentaux

- Entrepreneuriat et gestion des organisations
- Enjeux liés aux changements actuels de nos sociétés
- impacts des changements technologiques
- Jeu d'entreprise

Les cours spécifiques

- Contours et enjeux de l'innovation
- Management de l'innovation
- Créativité
- + *Un stage de 3 à 5 mois*

MAQUETTE DU M1

SEMESTRE 1	DÉVELOPPEMENT DES ACTIVITÉS D'UNE ORGANISATION	Management stratégique des organisations
		Économie et management des RH
		Environnement juridique des organisations et de l'entrepreneuriat
		Logiques et formes de l'entrepreneuriat
	FINANCEMENT ET PÉRIMÈTRES DES ACTIVITÉS D'INNOVATION	Pilotage et diagnostic financier
		Socio-économie et innovation sociale
		Financement de l'innovation
	CONSTRUCTION ET GESTION DES DONNÉES	Enquête et analyse qualitative
Enquête et analyse qualitative		
Économie numérique et gestion des données		
Exploitation d'enquêtes statistiques		
Exploitation d'enquêtes statistiques		
OUTILS ET ACTION DE PROFESSIONNALISATION	TD de spécialité MI en anglais	
	Préparation au stage et suivi	
SEMESTRE 2	ÉCONOMIE ET MANAGEMENT DE L'INNOVATION	Économie de l'innovation
		Management de l'innovation
	CRÉATIVITÉ ET INNOVATION	Économie des industries créatives
		Innovation et créativité
	PROJET ET ENQUÊTE	Gestion de projet socialement innovant
		Gestion de projet socialement innovant (jeu)
		Enquête et analyse qualitatives
	STAGE	Stage de 3 à 5 mois

STAGES

Les étudiants bénéficient d'un accompagnement collectif (3 ateliers et 3 TDs de préparation aux stages) et d'un accompagnement individuel (entretien avec Mme Ducrest, Favereau et le pôle stage)

Les missions réalisées par les étudiants de la promotion Master 1 MI ces dernières années

- **Dans l'innovation et le développement de nouvelles offres...**
 - Développement pôle innovation : Enrichissement des outils d'innovation et de créativité (Metapolis)
 - Mise en place d'un nouveau concept pour les transports publics (N2R INVESTISSEMENTS)
 - Etude sur les capacités et le positionnement d'une nouvelle innovation sociale (VILLE-A-VENIR)
 - Chargée de projet anti-gaspillage (PHENIX SAS)
- **Dans la veille...**
 - Diagnostic stratégique: analyse du marché, suivi du business plan (Freyssinet)
 - Participation à la rédaction du troisième rapport annuel de l'Observatoire de la Dignité Humaine (HUDROKHOEUS)
- **Dans le développement d'affaires...**
 - Business development : participer à la croissance d'une startup (PROPRILIB)
 - Développement commercial d'un produit : prospection, développement commercial, aspects marketing (AWAN)



CONSTATS & ÉVOLUTIONS 2023

- Forces :
 - Une formation pluridisciplinaire
 - Un effet promotion important
 - Des cours spécifiques à la mention
 - Acquis d'un important bagage théorique
- Critiques des étudiants :
 - Trop de cours mutualisés
 - Orienter le premier semestre plus innovation
 - Difficultés pour des étudiants venant de formations autres que l'économie et la gestion
 - Trop de cours théoriques
- Point d'amélioration
 - La nouvelle maquette a beaucoup démutualisé
 - Ajout de cours orienté innovation dès le premier semestre (ex. financement de l'innovation)
 - Essayer de recruter les étudiants d'autres formations plus au niveau M2?
 - Augmentation du nombre de cours donnés par des professionnels (TD financement innovation, économie numérique)
 - Favoriser les participations extérieures : ex. Challenge de l'innovation

M1_MI

RÉFLEXION ET PROPOSITION D'ÉVOLUTION (2025-2026)

- Les enseignants du centre de langue ne peuvent plus intervenir dans d'autres formations.
 - Proposer des cours disciplinaires en anglais en plus le TD de spécialité
- Inversion de certains cours premier/second semestre ?
 - Cours financement de l'innovation et lien avec le business plan à mettre avant le TD financement de l'innovation
- Les étudiants apprécient les travaux à l'oral
 - Continuer !
- Besoin de mise en pratique des connaissances, notamment sur des cours mutualisés du M1_S1 (éco des RH, stratégie des organisations, ...)
 - La mutualisation complique la mise en pratique (taille du groupe et diversité des intérêts), donc limiter au maximum la mutualisation des cours au M1
- Quête de sens du M1
 - Rendre obligatoire le challenge de l'innovation

RÉFLEXION ET PROPOSITION D'ÉVOLUTION (2024-2025)

- **Nécessité de la théorie (enseignements académiques) défendu aussi par les professionnels. Renforcer les discussions pédagogiques entre différents intervenants**
- **Temporalité des cours : mixer les enseignements des 2 semestres (problème d'EDT mutualisé pour l'organisation). Souplesse organisationnelle, sans besoin de modifier la maquette**
- **Besoin d'aide pour les stages M1, il manque les mots clés de la mention. Cela est dû au manque d'accompagnement du COSI en raison de restrictions budgétaires. La responsable du M1 a fait de son mieux pour palier ces difficultés. Peut-être développer les parrainages dès le M1 ? Et renforcer les relations M1/M2 ?**
- **Pour rendre obligatoire le challenge de l'innovation, il faut prévoir des heures maquettes (prévoir 3 jours pleins et des réunions de préparation) ? Mettre en place des liens avec la fabrique de l'innovation ?**

DEUX SPÉCIALISATIONS EN M2

M1 MI

Management de l'innovation

M2 MIPI

L'innovation dans tous ses états

De l'idée au marché.

Concevoir des innovations et préparer leur lancement pour faire de demain un monde meilleur !

M2 MCA

Le management d'artistes

Pas un métier mais des **fonctions variées** dans le milieu de la musique
(industrie phonographique, spectacle vivant, structures publiques, projets individuels, start-up...)

DEBOUCHES DES ÉTUDIANTS DE LA MENTION MI

Devenir des diplômés de la mention 2019-2020 (à 30 mois) – *Année COVID*

- Taux de réussite : 82%
- Age médian : 26 ans
- 51,2% de femmes
- 93% issus de bacs généraux

- Taux d'emploi de 92,6%
- 68% dans une entreprise privée
- 8% fonction publique
- 8% association
- 4% entreprise publique
- 4% indépendants
- 72% dans un emploi en lien avec le niveau d'emploi diplôme
- 64% avec la spécialité du diplôme

- Une satisfaction globale des missions, des responsabilités, de la qualité des relations de travail
- Moins bonne satisfaction du niveau de rémunération
- 20% de poursuite d'étude (en doctorat et hors doctorat)
- Stage comme voie d'accès à l'emploi (31,8% de ceux qui n'ont pas poursuivi leurs études)

M2 MIPI

**MANAGEMENT DE L'INNOVATION
ET DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE**

MAQUETTE M2 MIPI

SEMESTRE 1	ELABORER LA STRATÉGIE ET FINANCER L'INNOVATION DANS UN MONDE EN MUTATION	Economie et management stratégique de l'innovation
		Innovation de business model
		Espaces collaboratifs d'innovation
		Etudes de cas de financement : du capital-risque au crowdfunding
	MANAGER L'INNOVATION ET LA CRÉATIVITÉ	Marketing de l'innovation
		Techniques de créativité
		Gestion de projet innovant
		Economie de la créativité
	OBSERVER ET ANALYSER LE MARCHÉ	Intelligence économique et systèmes d'information
		Etudes et insight utilisateur
		Analyse de la valeur des innovations
S2	PROTÉGER ET VALORISER L'INNOVATION	Droit et propriété intellectuelle : une introduction
		Brevetabilité, contrefaçon et contentieux
		La marque : de sa création à sa protection
	ENTREPRENDRE ET GÉRER UN PROJET D'INNOVATION	Projet In Vivo -- Mission 1 : Explorer l'environnement et concevoir un nouveau produit
		Projet In Vivo -- Mission 2 : Elaborer la stratégie, gérer les risques et piloter un projet d'innovation
		Projet In Vivo -- Mission 3 : Constuire un prototype et communiquer sur l'innovation
	CONDUIRE SON PROJET PROFESSIONNEL	Méthodologie et accompagnement du mémoire de recherche
		Témoignages d'acteurs de l'innovation
		Anglais professionnel
	STAGE ET MÉMOIRE	Stage professionnel
		Mémoire de recherche

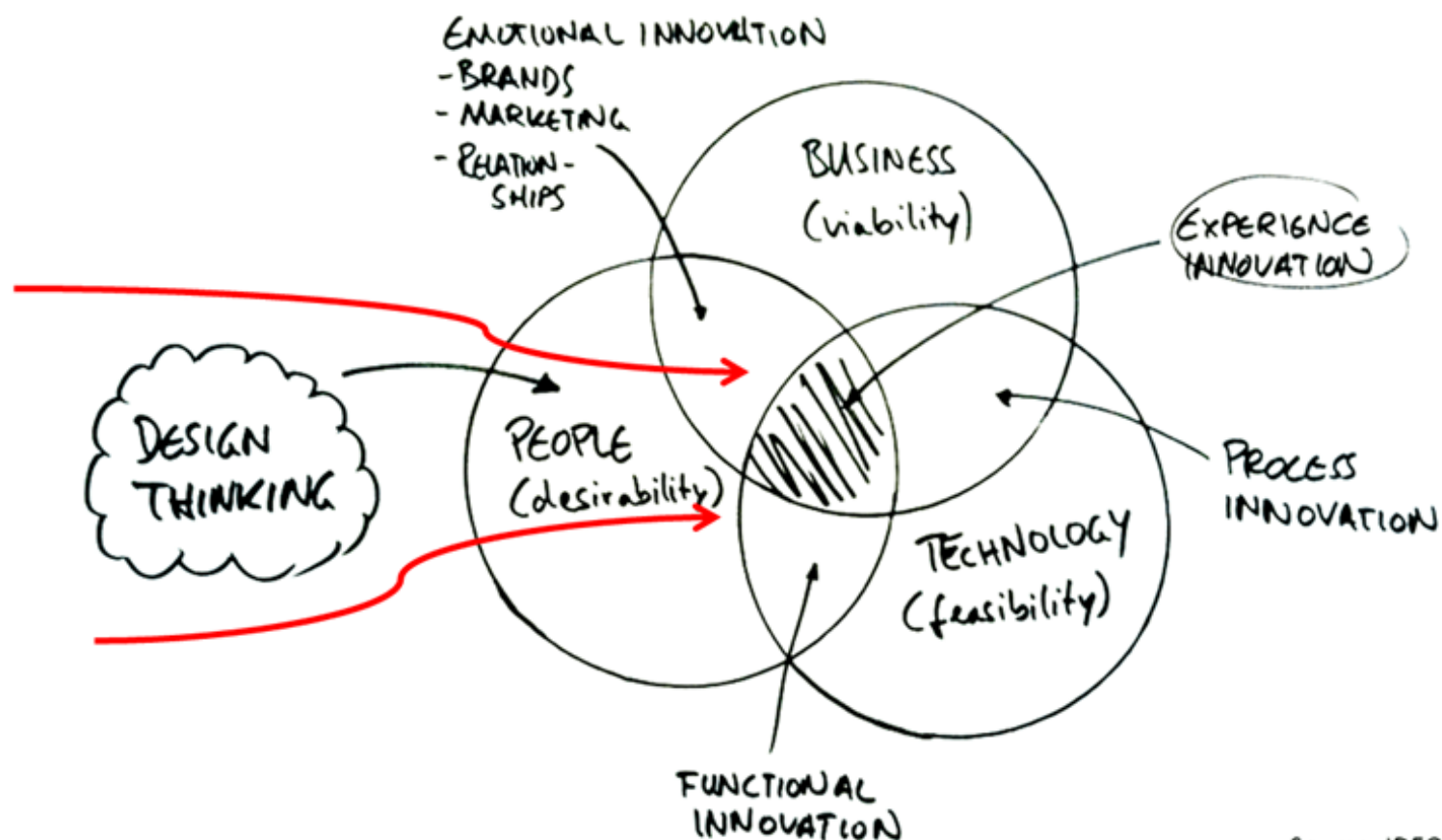
MANAGEMENT DE L'INNOVATION ET DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Semestre 1 – Le projet INVIVO

Mission 1 : Explorer le marché et concevoir un nouveau produit

Mission 2 : Elaborer la stratégie, gérer les risques et piloter un projet

Mission 3 : Construire un prototype et communiquer sur son innovation



M2 MIPI

EXEMPLE DE PROJETS INVIVO



— université
— lumière
— LYON 2

UFR DE sciences
économiques
ET DE gestion

M2 MIPI

DEBOUCHES & INSERTION PROFESSIONNELLE

Semestre 2 – Le stage (5 à 6 mois) et le mémoire
Startup, PME, Grande Entreprise, incubateur ou en laboratoire

=> Possibilité de **statut étudiant-entrepreneur**

- Manager/Chef de projets
- *Business Developer (BusDev)*
- Manager de l'innovation protégée
- Chargé de veille juridique, technologique et concurrentielle
- Conseil et financement de l'innovation
- Entrepreneur

- PME/ETI, start-up
- Grands groupes industriels (*service innovation, juridique, design, marketing...*)
- Clusters, pôles de compétitivité, incubateurs
- Agences de design



STAGES 2024

Sujet	Nom Etablissement d'accueil
Entrepreneuriat	Incubateur Lyon 2
Consultant en performance et Management Services	Quaternaire
Transition énergétique et neutralité carbone	INSA
Chargé d'études et statistiques	ENS Lyon
Expansion/ Diversification de l'entreprise	Bassins Aquatiques 25
Assistant PMO - Appui au Management de Projet	RATP
Assistant.e Chef.fe de Projet Innovation	Lacoste Operations
Chargé d'études	SERL
Chargé d'études junior quanti	ENOV
Assistant chef de produit	COMPTOIRS OCEANIQUES
Chargé de location	OQORO



UFR DE **s**ciences
é**é**conomiques
ET DE **G**estion

CONSTATS & ÉVOLUTIONS 2025

- **FORCES ?**

- ✓ Projet In Vivo transversal, mise en situation réelle avec porteurs de projets extérieurs
- ✓ 2 interventions de la marraine de promo (Léa Dessert, intrapreneur & innovation manager, TotalEnergies)
- ✓ Cours Droit et PI et cours Marque ++
- ✓ Le S1 se termine en décembre permettant un départ en stage dès janvier

- **FAIBLESSES ?**

- ✓ Semestre trop dense et déséquilibré (trop de cours, examens, rendus en même temps sur la fin du semestre)
- ✓ Par rapport au projet In Vivo : cours de test de concept arrive un peu tard, cours de droit un peu tôt
- ✓ Redondance du cours de gestion de projet avec le cours d'innovation de business model
- ✓ Redondance des cours sur droit et PI (cours droit et PI + cours brevetabilité + 2 intervenants extérieurs)
- ✓ Certains cours encore trop théoriques, manque d'applications pratiques et de références biblio supplémentaires

- **EVOLUTIONS POSSIBLES ?**

- ✓ Question du positionnement des étudiants à adopter vis-à-vis des porteurs de projets extérieurs
- ✓ Intégrer à la gestion de projet : formation sur travail en équipe
- ✓ Intégrer la promo de M1 à la phase d'idéation du projet In Vivo (apprécié l'an dernier en tant que M1)
- ✓ Formation BU/Zotero arrive trop tard en M2 → avancer en M1

M2 MCA

**MANAGEMENT
DES CARRIÈRES D'ARTISTES**

M2 MCA

MANAGEMENT DES CARRIÈRES D'ARTISTES

DEUX PILIERS

- les apprentissages **académiques** en économie, droit et gestion de la musique et de la culture
- les apprentissages **professionnels** : interventions et témoignages de professionnels, visites

ATTENDUS

- **Un investissement important** : présence obligatoire, réalisation d'un *Business Plan*, d'un mémoire de fin d'étude
 - ⇒ *Possibilité de statut étudiant-entrepreneur*

MAQUETTE M2 MCA

SEMESTRE 1

CRÉER ET DÉVELOPPER SON ACTIVITÉ ET SON ENTREPRISE	Création d'activité et d'entreprise – études de cas BP
	Structures juridiques et fiscales des entreprises en création
	Gestion financière et comptable
	Méthodologie du projet
	Espaces collaboratifs d'innovation
ENJEUX ET OUTILS DU NUMÉRIQUE	Collecter et traiter des données
	Commerce, NTIC, internet et musique
	Gestion de projet innovant
MAITRISER LES RELATIONS CONTRACTUELLES ET JURIDIQUES	Droits des contrats industrie phonographique
	Contrats et organisation du spectacle vivant
	Droits de la propriété intellectuelle
MODÈLES ÉCONOMIQUES ET ÉCOSYSTÈME DE LA MUSIQUE	Economie des industries culturelles - musique
	Institutions et politiques publiques 1
	Institutions et politiques publiques 2
	Marketing des industries culturelles
	Modèles d'affaires et pratiques d'écoute
PRÉPARER SON INSERTION PROFESSIONNELLE	Anglais professionnel
	Rencontres professionnelles
	Sorties pédagogiques

S2

PLAN D'AFFAIRES, MÉMOIRE ET STAGE	Plan d'affaires
	Mémoire recherche action
	Stage

M2 MCA

MANAGEMENT DES CARRIÈRES D'ARTISTES

Perspectives de débouchés

- Manager d'artistes, *Advisor* en musique, Gestionnaire de droits
- Directeur de production, Directeur de salle, Administrateur de tournée, de spectacles vivants, de production...
- Directeur digital, Gestionnaire de plateforme
- Directeur marketing, de communication ou de relations publiques de structures culturelles...

IDLab
INTERNET & DATA LAB

NUITS
SONORES

UNIVERSAL
UNIVERSAL MUSIC FRANCE

Contextes

- TPE/PME dans les réseaux et les collectifs d'artistes
- Collectivités publiques et territoriales
- Domaines de l'évènementiel, de l'audiovisuel, d'autres secteurs (téléphonie, opérateurs réseau)...

ARTXARTY

— université
— lumière
— LYON 2

UFR DE SCIENCES
ÉCONOMIQUES
ET DE GESTION

M2 MCA

EXEMPLES DE STRUCTURES DE STAGES

INOUE DISTRIBUTION

WAGRAM PUBLISHING

LA CORDO SMAC

BAAM PRODUCTIONS SAS

FESTIVAL PRODUCTION

MEDIATONE

PIAS / INTEGRAL

3H PRODUCTIONS

GOOD SISTERS

VILLE DE VALENCE

CARTEL RECORDS

GESELLSCHAFT MIT BESCHRANKTER HAFTUNG (GMBH)

HORIZON LIVE

BAAM PRODUCTIONS SAS

URBAN PROD

MY SOUNDTRACK AGENCY

VILLE DE PARIS - BUREAU DE L'INSERTION PROFESSIONNELLE DE LA DRH

TRACE GLOBAL



ARTXARTY

IDLab
INTERNET & DATA LAB

**NUITS
SONORES**

**— université
— lumière
— LYON 2**

**UFR de sciences
économiques
et de gestion**

CONSTATS & ÉVOLUTIONS 2023

- Les améliorations apportées
 - Renforcement des rencontres professionnelles
 - Amélioration des conditions de participation au Mama convention (temps libres pour assister aux conférences, prises en charge de frais)
 - Meilleure programmation du travail sur le business plan

CONSTATS & ÉVOLUTIONS 2024

- Perspectives d'amélioration
 - Introduire les questions environnementales dans les enseignements (marketing, business models ...)
 - Améliorer encore le réseau professionnel
 - Plus de cours en M1 dans la perspective du M2
 - Renforcer les enseignements en comptabilité en M2
 - Cours d'anglais mieux adaptés
 - Renforcer le réseau des anciens pour faciliter la recherche de stage

AMÉLIORATIONS MISES EN OEUVRE

- Les questions environnementales sont maintenant abordées dans un module de cours spécifique
- Un cours de comptabilité-gestion solide
- Intervention en édition
- Le cours d'anglais est maintenant assuré sur un module sur les projets européens
- Les modalités de participation au MaMA (salon professionnel) sont améliorées avec du temps pour assister aux conférences et un évènement de rencontre professionnel
- Connection avec un réseau de recherche sur la musique avec séminaire en ligne (Laboratoire Beta)

POINTS D'AMÉLIORATION

- Le Master est apprécié des étudiants mais il manque de visibilité
- Il est quasiment le seul master public mais plusieurs écoles privées se sont développées et ont une plus grande visibilité
- Sur le plan de l'organisation le BP devrait être mis en oeuvre beaucoup plus tôt et une meilleure coordination entre les deux intervenants serait essentielle
- Le cours de marketing devrait être mieux ciblé

MERCI !



UFR DE **s**ciences
é**é**conomiques
ET DE **G**estion